

**TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN FUTSAL TERHADAP
PELAYANAN JASA PENGELOLAAN GARUDA FUTSAL**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Keolahragaan
Universitas Negeri Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
guna Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan



Oleh :
Agus Eko Prasetyo
NIM 11601244039

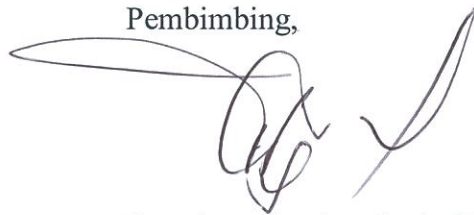
**PRODI PENDIDIKAN JASMANI KESEHATAN DAN REKREASI
JURUSAN PENDIDIKAN OLAHRAGA
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2015**

PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul “Tingkat Kepuasan Pelanggan Futsal Terhadap Pelayanan Jasa Pengelolaan Garuda Futsal” yang disusun oleh Agus Eko Prasetyo, NIM 11601244039 ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diujikan.

Yogyakarta, // Mei 2015

Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized 'A' followed by a checkmark-like flourish.

Drs. Agus Sumhendartin S., M.Pd.

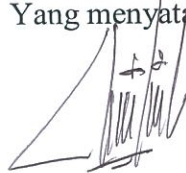
NIP.19581217198803 1 001

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini benar benar karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti penulisan karya ilmiah yang telah lazim.

Tanda tangan dosen penguji yang tertera dalam halaman pengesahan adalah asli. Jika tidak asli, saya siap menerima sanksi ditunda yudisium pada periode berikutnya.

Yogyakarta, // Mei 2015
Yang menyatakan

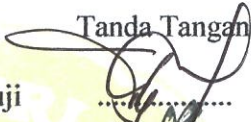

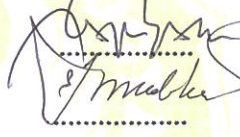
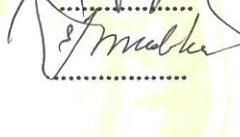


Agus Eko Prasetyo
NIM.11601244039

PENGESAHAN

Skripsi yang judul “Tingkat Kepuasan Pelanggan Futsal Terhadap Pelayanan Jasa Pengelolaan Garuda Futsal” yang disusun oleh Agus Eko Prasetyo, NIM 11601244039 ini telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal, 16 Juni 2015 dan dinyatakan lulus.

DEWAN PENGUJI

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
Agus Sumhendartin S, M.Pd	Ketua Penguji		29/6-2015
Yudanto, M.Pd	Sekretaris Penguji		25/6 15
Agus Susworo DM, M.Pd	Penguji I		23/6 15
Sismadiyanto, M.Pd	Penguji II		24/6 15

Yogyakarta, 30 Juni 2015

Fakultas Ilmu Keolahragaan

Dekan



Disahkan oleh Agus Sudarko, M.S.

NIP 19600824 1986011 001

MOTTO

1. Seseorang disegani dan dihormati bukan apa yang diperolehnya, melainkan karena apa yang diberikannya. (Calvin Coolidge)
2. Belajarlah untuk lebih merasa malu terhadap diri sendiri dari pada terhadap orang lain. (william Feather)
3. Bersyukur itu tidak berhenti pada menerima apa adanya saja, tetapi terutama bekerja keras untuk mengadakan yang terbaik. (Mario Teguh)
4. Berhentilah menyesali, mulailah mensyukuri, berhentilah meragukan dan mulailah melakukan. (Mario Teguh)
5. Berhentilah khawatir akan masa depan, bersyukur untuk hari ini, dan menjalani esok dengan sebaik-baiknya. (penulis)
6. Gagal memanfaatkan sebuah peluang adalah suatu kesalahan tetapi kesalahan terbesar adalah ada peluang tetapi tidak dimanfaatkan. (Penulis)

PERSEMBAHAN

Alhamdullillah Ya Allah atas segala kemudahan yang Engkau berikan kepada hambamu dalam penyusunan skripsi ini. Karya ini kupersembahkan kepada keluargaku tersayang.

1. Kedua orangtuaku, Bapak Hardoyo dan Ibu Sugiyanti yang begitu luar biasa dalam memberikan doa, kasih sayang, nasihat, serta dukungan setiap waktu.
2. Adikku Desi Dewi Prasetyowati dan Galih Adi Prasetyo, terima kasih segala dukungan dan dorongan semangatnya.
3. Keluarga besar kakak Taufik Hidayat, Erpan Budoyo dan Nur Khomariah yang selalu memberikan motivasi dan menjaga kekompakan dan keutuhan keluarga.

Dorongan dan doa kalian membuatku bisa menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan lancar, lebih mudah, semangat dan sukses.

TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN FUTSAL TERHADAP PELAYANAN JASA PENGELOLAAN GARUDA FUTSAL

Oleh:

Agus Eko Prasetyo
11601244039

ABSTRAK

Di Kecamatan Bayat terdapat lapangan futsal yaitu Garuda Futsal yang selalu ramai pelanggan. Tingkat kepuasan pelanggan futsal terhadap pelayanan jasa pengelolaan Garuda Futsal belum diketahui. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan futsal terhadap pelayanan jasa pengelolaan Garuda Futsal sesuai dengan fasilitas dan pelayanan yang diberikan.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif, metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan futsal di Garuda Futsal. Sampel yang digunakan berjumlah 70 orang yang menjadi member (memiliki jam tetap) di Garuda Futsal. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dan instrumen yang digunakan adalah angket yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Untuk menganalisis data dengan teknik deskriptif kuantitatif persentase.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan futsal terhadap pelayanan jasa pengelolaan Garuda Futsal secara keseluruhan yang berada pada kategori tinggi sebanyak 3 orang (4,28%), cukup sebanyak 56 orang (80%), rendah sebanyak 11 orang (15,72%). Faktor yang paling menonjol pada faktor *realibility* (keandalan) dengan persentase 80% dan tercantum dalam indikator keajegan butir nomor 17 dan 18. Hasil penelitian ini menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan futsal terhadap jasa pelayanan jasa pengelolaan Garuda Futsal, berada pada kategori cukup atau konsumen sudah merasa puas.

Kata kunci: *kepuasan pelanggan, jasa pengelolaan*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Tingkat Kepuasan Pelanggan Futsal Terhadap Pelayanan Jasa Pengelolaan Garuda Futsal” dengan lancar.

Dalam penyusunan skripsi ini pastilah penulis mengalami kesulitan dan kendala. Dengan segala upaya, skripsi ini dapat terwujud dengan baik berkat uluran tangan dari berbagai pihak, teristimewa pembimbing. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor Universitas Negeri Yogyakarta, Bapak Prof. Dr. Rochmat Wahab, M.Pd., MA yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk menyelesaikan studi di Universitas Negeri Yogyakarta.
2. Dekan Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta, Bapak Drs. Rumpis Agus Sudarko, M.S. yang telah memberikan ijin penelitian.
3. Ketua Progam Studi PJKR FIK UNY, Bapak Drs. Amat Komari, M.Si. yang telah memberikan kelancaran serta kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan studi.
4. Dosen Pembimbing skripsi, Bapak Drs. Agus Sumhendartin S., M.Pd. yang telah memberikan bimbingan, pengarahan, dukungan, dan motivasi selama proses penulisan skripsi.
5. Dosen penasehat akademik, Ibu Dr. Sri Winarni M.Pd. yang telah memberikan bimbingan dan bantuan selama ini.

6. Bapak- Ibu dosen dan karyawan FIK UNY yang telah memberikan bekal ilmu selama penulis menempuh perkuliahan.
7. Teman- teman PJKR C 2011 yang selama ini memberikan persahabatan yang luar biasa dan selalu ceria.
8. Kedua orang tuaku, Bapak Hardoyo dan Ibu Sugiyanti yang telah merawatku dengan penuh cinta dan kasih sayang.
9. Pemilik Garuda Futsal, Bapak Waluyo yang telah memberikan kesempatan kepada penulis dalam melakukan penelitian.
10. Pelanggan Garuda Futsal yang telah bersedia menjadi subjek penelitian.
11. Sahabat dan teman-temanku serta semua pihak yang telah membantu dalam penelitian ini, yang tidak dapat disebutkan satu-per satu.

Mungkin tidak cukup sekedar rangkaian kalimat terimakasih untuk membalas kebaikan dan bantuan yang telah diberikan. Harapan dan doa semoga amal baik kita mendapatkan balasan yang lebih baik lagi dari Allah SWT. Disadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna. Oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan dan penyempurnaan. Semoga skripsi ini bermanfaat.

Yogyakarta, Mei 2015

Penulis

Agus Eko Prasetyo
Nim. 11601244039

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Pembatasan Masalah	4
D. Rumusan Masalah	5
E. Tujuan Penelitian	5
F. Manfaat Penelitian	5
BAB II. KAJIAN PUSTAKA	
A. Deskripsi Teori	7
1. Hakikat Futsal	7
2. Hakikat Kepuasan Pelanggan	9
3. Definisi Jasa	15
4. Hakikat Pengelolaan	21

5. Kajian Penelitian yang Relevan	24
6. Kerangka Berpikir	25
BAB III. METODE PENELITIAN	
A. Desain Penelitian	28
B. Definisi Operasional Variabel Penelitian	28
C. Populasi dan Sampel Penelitian	29
D. Waktu dan Tempat Penelitian	30
E. Instrumen Penelitian	31
F. Teknik Analisis Data	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	38
B. Pembahasan Hasil Penelitian	49
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	54
B. Implikasi	54
C. Keterbatasan Hasil Penelitian	56
D. Saran	56
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN	59

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Hasil Uji Validitas	33
Tabel 2. Kisi-kisi Angket	34
Tabel 3. Skor Penilaian Jawaban	36
Tabel 4. Daftar Distribusi Frekuensi	37
Tabel 5. Deskripsi Hasil Penelitian Secara Keseluruhan	38
Tabel 6. Persentase Hasil Penelitian Secara Keseluruhan	39
Tabel 7. Deskripsi Hasil Penelitian Faktor <i>Tangibles</i>	40
Tabel 8. Persentase Hasil Penelitian Faktor <i>Tangibles</i>	41
Tabel 9. Deskripsi Hasil Penelitian Faktor Empati	42
Tabel 10. Persentase Hasil Penelitian Faktor Empati	42
Tabel 11. Deskripsi Hasil Penelitian Faktor <i>Reliabilitas</i>	44
Tabel 12. Persentase Hasil Penelitian Faktor <i>Reliabilitas</i>	44
Tabel 13. Deskripsi Hasil Penelitian Faktor <i>Responsiveness</i>	46
Tabel 14. Persentase Hasil Penelitian Faktor <i>Responsiveness</i>	46
Tabel 15. Deskripsi Hasil Penelitian Faktor <i>Assurance</i>	48
Tabel 16. Persentase Hasil Penelitian Faktor <i>Assurance</i>	48

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Diagram Batang Tingkat Kepuasan Secara Keseluruhan	39
Gambar 2. Diagram Batang Tingkat Kepuasan Faktor <i>Tangibles</i>	41
Gambar 3. Diagram Batang Tingkat Kepuasan Faktor Empati	43
Gambar 4. Diagram Batang Tingkat Kepuasan Faktor <i>Reliabilitas</i>	45
Gambar 5. Diagram Batang Tingkat Kepuasan Faktor <i>Responsiveness</i>	48
Gambar 6. Diagram Batang Tingkat Kepuasan Faktor <i>Assurance</i>	49

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Permohonan Izin Penelitian Dari Fakultas	59
Lampiran 2. Surat Izin Penelitian Dari Garuda Futsal	60
Lampiran 3. Surat Bukti Penelitian	61
Lampiran 4. Data Penelitian	63
Lampiran 5. Rumus Perhitungan Kategorisasi	65
Lampiran 6. Statistik Deskriptif	71
Lampiran 7. Dokumentasi	78

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Olahraga pada dasarnya merupakan kebutuhan setiap manusia di dalam kehidupan agar kondisi fisik dan kesehatannya tetap terjaga dengan baik. Kesadaran masyarakat akan pentingnya olahraga di masa sekarang ini membuat masyarakat mulai tertarik untuk mendatangi pusat-pusat pelayanan jasa di bidang olahraga, seperti yang sudah diketahui bahwa dengan tubuh yang bugar aktivitas menjadi lancar. Selain itu, banyak orang yang merasa tingkat kepercayaan diri mereka akan bertambah jika mereka mempunyai postur tubuh yang ideal. Postur tubuh yang ideal akan diperoleh dengan latihan secara teratur di pusat-pusat kebugaran atau tempat-tempat yang menyediakan jasa di bidang olahraga, pola makan yang cukup gizi, dan pola tidur yang seimbang.

Kehidupan sekarang ini, menuntut manusia lebih banyak menghabiskan waktunya untuk bekerja yang menyebabkan seseorang jarang melakukan aktivitas olahraga. Kebutuhan akan kesehatan menjadi suatu hal yang sangat penting dan berharga dalam kehidupan manusia. Oleh karena itu, manusia ingin berusaha untuk menjaga kesehatannya. Salah satu cara untuk memelihara kesehatan tetap terjaga adalah melalui aktivitas olahraga. Dari sekian banyak cabang olahraga, cabang olahraga futsal menjadi salah satu pilihan untuk menghabiskan waktu luang setelah sehari penuh dalam kesibukan pekerjaan. Pada tahun 2002, olahraga futsal mulai merambah ke Indonesia. Kompetisi resmi tingkat nasional di Indonesia mulai diadakan tahun 2008 oleh Badan Futsal Nasional (BFN), lembaga

yang khusus didirikan oleh PSSI untuk mengelola futsal di Indonesia. Dengan cepat, futsal mendapat tempat di hati pecinta olahraga sepakbola. Mulai dari lingkungan sekolah, kampus sampai perusahaan. Tak jarang pihak-pihak tertentu mengadakan turnamen futsal di lingkungannya untuk menjalin keakraban diantara sesama karyawan ataupun sesama masyarakat yang ada di daerah tersebut.

Pengusaha yang teliti terhadap situasi yang ada sekarang akan mengalokasikan modalnya dengan berlomba-lomba untuk mendirikan maupun memperbaiki tempat usaha jasa lapangan futsal. Salah satunya adalah Garuda Futsal yang terletak di Kecamatan Bayat Kabupaten Klaten. Semakin bertambah banyaknya usaha jasa lapangan futsal di daerah Kecamatan Bayat dan sekitarnya semakin meningkat pula persaingan antar pengusaha jasa ini. Pada saat ini, konsumen yang dihadapi adalah konsumen yang mempunyai kepekaan tinggi terhadap barang dan jasa yang dipakai, akan berpindah ke perusahaan jasa lain apabila tidak merasa puas. Sejauh mana sebuah pusat pelayanan jasa memperhatikan kualitas pelayanan akan selalu menjadi bahan evaluasi bagi konsumen sehingga mereka tertarik untuk datang. Menurut Husein Umar (2000: 53), bahwa kepuasan konsumen akan terpenuhi apabila proses penyampaian jasa dari pemberi jasa kepada konsumen sesuai dengan apa yang dipersepsikan konsumen.

Setiap konsumen lapangan futsal akan mengharapkan fasilitas yang lengkap, pelayanan yang baik dan harga yang terjangkau, namun demikian kenyataan yang ditemukan di setiap jasa lapangan futsal masih banyak yang tidak sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen, harga yang ditawarkan tidak

sesuai dengan fasilitas dan mutu dari lapangan futsal tersebut, sehingga mengecewakan atau menimbulkan rasa tidak puas dari konsumen. Pemberian pelayanan yang memuaskan adalah faktor yang penting sehingga konsumen tidak pindah ke jasa lapangan futsal lain. Menurut Kotler (2001: 13), bahwa kepuasan pelanggan adalah suatu tingkatan perkiraan kinerja produk sesuai dengan harapan pembeli.

Fasilitas lapangan Garuda Futsal cukup memadai, memiliki 1 lapangan futsal yang berukuran 15 m x 6 m tetapi belum merupakan lapangan yang standar internasional, lapangannya terbuat dari lantai, dari segi sarana bola sudah cukup baik dan bagus dilihat dari kualitas fisik bola. Untuk fasilitas pendukungnya di Garuda Futsal juga terdapat kantin yang menyediakan berbagai minuman, tempat sholat, parkir yang luas, dan juga dilengkapi dengan TV parabola. Harga sewa lapangan di Garuda Futsal dibedakan berdasarkan waktu pagi-siang dan sore-malam, harga untuk pagi-siang yaitu dari pukul 09.00-15.00 dengan tarif sewa Rp 30.000 untuk per-jamnya. Dan harga untuk sore-malam yaitu dari pukul 16.00-24.00 dengan tarif sewa Rp 40.000 untuk per-jamnya. Untuk pengunjung/konsumen Garuda Futsal disetiap harinya berjumlah ± 150 pengunjung, jumlah tersebut termasuk pengunjung yang sudah *member* atau pengunjung yang insidental. Dengan Fasilitas yang cukup memadai dan harga sewa lapangan Garuda Futsal sangat terjangkau sehingga pengunjung pun ramai berdatangan bahkan untuk hari libur lapangan Garuda Futsal tidak ada jam kosong dari pagi sampai malam. Namun demikian, menurut pengamatan penulis keinginan dan kebutuhan konsumen jasa lapangan futsal belum diketahui dan sejauh mana pusat

pelayanan jasa terhadap kualitas pelayanan belum diketahui. Serta belum diketahui juga tingkat kepuasan konsumen yang menggunakan Garuda Futsal, apakah mereka sudah puas terhadap jasa pengelolaan yang dijalankan oleh pihak pengelola Garuda futsal atau belum? Dari semua uraian diatas, kajian yang menarik perhatian penulis adalah bagaimana kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan Garuda Futsal.

B. Identifikasi masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas dapat diidentifikasi beberapa masalah diantaranya:

1. Tingkat kepuasan konsumen terhadap jasa pengelolaan Garuda Futsal belum diketahui.
2. Harapan Konsumen terhadap fasilitas dan pelayanan Garuda Futsal belum diketahui.
3. Sejauh mana pusat pelayanan jasa terhadap kualitas pelayanan belum diketahui.
4. Harapan konsumen terhadap jasa Garuda Futsal belum diketahui.
5. Keinginan dan kebutuhan konsumen jasa lapangan futsal belum diketahui.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, terdapat banyak masalah yang berhubungan dengan pelayanan jasa futsal, untuk mendapatkan gambaran yang lebih rinci mengenai ruang lingkup penelitian, maka dalam penelitian ini dibatasi pada tingkat kepuasan konsumen terhadap jasa pengelolaan Garuda Futsal menyangkut fasilitas, pelayanan, harga, promosi, lokasi, dan produk.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah di atas, dapat dirumuskan masalah yang akan diteliti yaitu: “Tingkat Kepuasan Pelanggan Futsal Terhadap Pelayanan Jasa pengelolaan Garuda Futsal”.

E. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh Garuda Futsal sesuai dengan jasa, fasilitas, dan layanan yang diberikan.

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis

Secara teoretis, hasil penelitian dapat memberikan gambaran kepada pengelola Garuda Futsal tentang pemenuhan kepuasan konsumen terhadap jasa pengelola yang diberikan. Hingga sekarang, semakin banyak perusahaan yang menyadari bahwa mempertahankan konsumen telah dimilikinya lebih utama daripada memfokuskan kepada upaya mencari konsumen.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini dapat juga dijadikan pertimbangan dan masukan bagi pengelola Garuda Futsal untuk menentukan strategi dalam mengelola lapangan futsal yang dapat memberikan kepuasan terhadap konsumennya. Hubungan yang baik

dengan konsumen akan memberikan sejumlah benefit kepada kedua belah pihak baik konsumen maupun produsen.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Deskripsi Teori

1. Hakikat Futsal

Olahraga futsal berbeda dengan olahraga sepakbola, perbedaannya hanya terletak pada *law of the game*. Sedangkan untuk elemen teknik dasar tetap sama. Secara umum permainan futsal dan sepakbola relative sama, yaitu memainkan bola dengan kaki (kecuali penjaga gawang boleh menggunakan tangan) untuk menciptakan atau menggagalkan terciptanya gol. Menurut Justinus Lhaksana (2011: 7), futsal adalah permainan yang sangat cepat dan dinamis dengan *passing* yang akurat yang memungkinkan terjadinya banyak gol. Dari segi lapangan yang relative kecil, hampir tidak ada ruang untuk membuat kesalahan. Futsal adalah olahraga beregu, kolektivitas tinggi akan mengangkat prestasi. Menurut Javier Lozano dalam Justinus Lhaksana (2011: 57), futsal bukan hanya suatu permainan bagi pemain yang merasa lebih nyaman di lapangan sempit. Pendapat lain dilontarkan oleh *United state soccer federation* (USSF) bahwa futsal merupakan *mini- soccer* yang biasa dimainkan dalam lapangan seukuran dengan lapangan basket dalam berbagai jenis permukaan yang sangat ekonomis dan aman dimainkan. Olahraga ini bertujuan untuk membangun keterampilan, membutuhkan reflex yang sangat cepat, kecepatan berfikir dan ketepatan dalam mengumpan serta

merupakan permainan yang menarik untuk dimainkan oleh anak-anak maupun orang dewasa.

Perbedaan mendasar pada lapangan yang digunakan dengan perbandingan kurang lebih satu banding enam, sehingga menuntut peralatan dan peraturan pertandingan atau permainan yang disesuaikan. Dimulai dari ukuran bola nomor empat (berdiameter 62-68) dan jumlah pemain 5 orang. Pemain dipimpin oleh *referee* dan *assisten referee* dalam lapangan, dimana setiap babak selama 20 menit bersih (khusus selama *ball in play*), tanpa pembatasan jumlah pergantian pemain, diberikan kesempatan satu kali untuk melakukan *time out*. Peraturan permainannya terjadi perubahan pada tidak adanya *off side*, batas waktu 4 detik untuk memulai permainan kembali, tendangan ke dalam (*kick in*) menggantikan lemparan ke dalam dalam permainan sepakbola, pemain yang dikeluarkan (terkena kartu merah) dapat digantikan, dan tidak diperbolehkan ada benturan badan bahkan merebut dengan *sliding*.

Dengan berbagai pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa futsal adalah aktivitas permainan invasi beregu yang dimainkan lima lawan lima orang dalam durasi waktu tertentu. Dimainkan pada lapangan, gawang dan bola yang relatif lebih kecil dari permainan sepakbola yang memasyarakatkan kecepatan bergerak, memenangkan serta aman dimainkan. Tim yang menang adalah tim yang lebih banyak mencetak gol ke gawang lawannya.

2. Kepuasan Pelanggan

Baik buruknya kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa dalam hal ini adalah pengelola lapangan Garuda Futsal dapat diketahui melalui kepuasan para pelanggan/ konsumen pengguna lapangan Garuda Futsal. Sehingga perlu kita ketahui pengertian kepuasan pelanggan itu. Untuk memenuhi kepuasan konsumen, perlu dilakukan sebuah pengelolaan terhadap kualitas pelayanan yang ditawarkan untuk memenuhi kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang dikelola secara baik dan memberikan hasil yang baik untuk memenuhi kepuasan pelanggan. Kotler (2001: 13), menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah suatu tingkatan perkiraan kinerja produk sesuai dengan harapan pembeli. Menurut Rambat Lupiyoadi (2006: 192), bahwa kepuasan adalah merupakan tingkat kepuasan seseorang menyatakan hasil perbandingan antara kinerja produk atau jasa yang diterima dan kondisi yang diharapkan. Sedangkan menurut Fandy Tjiptono (2006: 147), kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Dari ketiga pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang yang melakukan pembelian produk atau jasa untuk kebutuhan pribadinya setelah melakukan perbandingan antara kinerja produk atau jasa yang diberikan atau yang diharapkan oleh pemakai ataupun pelaku jasa tersebut.

Fandy Tjiptono (2006: 146), mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli yang dipilih sekurang-kurangnya

memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak sesuai yang diharapkan. Jadi suatu pelayanan dinilai memuaskan apabila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan diharapkan pelanggan. Harapan konsumen merupakan perkiraan atau keyakinan konsumen tentang apa yang akan diterimanya atau dirasakannya bila membeli atau mengkonsumsi suatu barang atau jasa. Sedangkan kinerja yang dirasakan adalah persepsi konsumsi terhadap apa yang diterima atau dirasakan setelah mengkonsumsi suatu barang atau jasa yang dibeli. Jadi suatu pelayanan dinilai memuaskan apabila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan.

Pelanggan merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan apabila pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak efektif dan tidak efisien serta pelanggan dapat melakukan tindakan pengembalian produk, atau secara ekstrim dapat mengajukan gugatan terhadap penguasa atau melalui pengadilan. Ada penyebab utama tidak terpenuhinya harapan pelanggan (Fandy Tjiptono 2006: 151), yaitu:

- a. Pelanggan keliru mengkomunikasikan jasa yang diinginkan
- b. Kinerja perusahaan jasa yang buruk
- c. Miskomunikasi rekomendasi jasa oleh pesaing
- d. Miskomunikasai rekomendasi dari mulut kemulut
- e. Pelanggan keliru menafsirkan *signal* (gejala)

Konsumen mengukur nilai suatu produk dan biaya berdasarkan nilai perkiraan. Menurut Philip Kotler dan Amstrong (1997: 10) dalam Ryo Septiyandi (2010: 13), Nilai bagi konsumen merupakan perbedaan atau selisih antara nilai yang dinikmati konsumen karena memiliki serta menggunakan suatu produk dan biaya untuk memiliki produk tersebut. Persaingan yang semakin ketat juga semakin banyak produsen terlibat dalam pemenuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap perusahaan harus menetapkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama.

Dari beberapa pendapat diatas maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan itu akan terwujud melalui hubungan positif antara harapan pelanggan terhadap kualitas/kinerja sebuah produk yang diberikan oleh produsen. Semakin besar kualitas/kinerja produk yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan, maka akan semakin besar pula kepuasan pelanggan. Selanjutnya konsumen memperkirakan penawaran mana yang memberikan nilai tertinggi. Mereka ingin memaksimalkan nilai dengan kendala biaya pencarian, pengetahuan, mobilitas dan penghasilan yang terbatas. Konsumen membentuk suatu harapan nilai dan bertindak atas dasar nilai tersebut.

a. Manfaat Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen ini sangat penting bagi penyedia jasa (Tjiptono, 2008: 41), karena:

1) Reaksi terhadap produsen berbiaya rendah

Fokus kepuasan pelanggan merupakan upaya mempertahankan pelanggan dalam rangka menghadapi produsen yang menawarkan harga rendah. Namun banyak juga perusahaan menemukan fakta bahwa pelanggan bersedia mengeluarkan biaya lebih mahal untuk mendapatkan pelayanan dan kualitas yang baik.

2) Daya persuasif *word of mouth*

Pendapat, opini dari teman atau keluarga jauh lebih persuasif daripada iklan.

3) Reduksi sensitivitas harga

Pelanggan yang puas dan loyal terhadap sebuah perusahaan cenderung lebih jarang menawarkan harga untuk setiap pembelian individualnya. Dalam banyak kasus kepuasan pelanggan mengalih fokus pada harga pelayanan dan kualitas.

4) Kepuasan pelanggan sebagai indikator kesuksesan bisnis di masa depan

Kepuasan pelanggan merupakan strategi jangka panjang, karena dibutuhkan waktu yang cukup lama sebelum dapat membantu reputasi atas pelayanan prima. Akan tetapi, hasilnya dituai dalam jangka panjang dan manfaat tersebut dapat bertahan lama.

5) Manfaat ekonomi mempertahankan pelanggan

Mempertahankan pelanggan dan memuaskan pelanggan saat ini jauh lebih murah dibandingkan terus-menerus berupaya menarik atau memprospek pelanggan baru.

b. Pengukuran Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler (2007: 179) dalam Ryo Septiyandi (2010: 15), mengidentifikasikan 4 metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

1) Sistem keluhan dan saran

Perusahaan jasa yang berorientasi pada pelanggan harus memberikan kesempatan yang seluas-luasnya kepada pelanggan untuk menyampaikan saran, kritik, pendapat dan keluhan mereka. Media yang bisa digunakan berupa kartu komentar, saluran telepon bebas pulsa, sms, dan lain-lain.

2) *Ghost shopping*

Salah satu cara memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah mempekerjakan beberapa orang *ghost shoppers* untuk berperan sebagai pelanggan jasa perusahaan dan pesaing. Mereka akan melaporkan mengenai kekuatan dan kelemahan jasa perusahaan dibanding para pesaing.

3) *Lost customer analysis*

Perusahaan dapat menghubungi pelanggan yang telah berhenti membeli atau telah beralih ke perusahaan lain, agar dapat memahami segala sesuatu yang menyebabkan hal itu terjadi dan dapat mengambil kebijakan perbaikan dan penyempurnaan selanjutnya.

4) Survei kepuasan konsumen

Sebagian besar produsen dapat menggunakan metode survei baik via pos, telepon, e-mail maupun wawancara langsung.

c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Kepuasan seorang pelanggan atau pengguna jasa tidak akan didapat begitu saja dan tidak sama antara pengguna jasa yang satu dengan yang lain. Sehingga perlu diketahui faktor-faktor apa saja yang memberikan pengaruh terhadap kepuasan yang didapat pelanggan.

Menurut Rambat Lupiyoadi (2006: 36), dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan yakni:

1) Kualitas produk

Pelanggan akan merasa puas apabila hasil yang berupa barang ataupun jasa yang mereka dapatkan sesuai dengan yang diharapkan atau berkualitas

2) Pelayanan

Terutama untuk penyedia jasa maka pelayanan ini menjadi sangat penting dan pelanggan pelanggan akan merasa puas apabila pelayanan yang diberikan telah sesuai dengan yang diharapkan.

3) Emosional

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia apabila menggunakan produk merk tertentu yang cenderung memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan dari kualitas produk tetapi nilai social atau *self-esteem* yang membuat pelanggan merasa puas terhadap merk tertentu.

4) Harga

Produk yang memiliki kualitas yang sama tetapi memiliki harga yang relatif murah akan memberikan kepuasan tersendiri bagi pelangganya

5) Biaya

Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tambahan waktu cenderung akan puas terhadap produk yang diberikan.

Selain itu faktor lain yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah kepuasan yang berasal dari kesadaran para petugas yang berkecimpung di dalam pelayanan tersebut. Faktor organisasi yang menjalankan sistem pelayanan juga memiliki pengaruh yang penting terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu juga faktor ketersediaan sarana dan prasarana sebagai penunjang layanan untuk memudahkan konsumen dalam mendapatkan produk yang diinginkan.

3. Definisi Jasa

Menurut Fandy Tjptono (2006: 6), jasa merupakan aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Menurut Kotler (1994), yang dikutip oleh Rambat Lupiyoadi (2006: 6), jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak terwujud) dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produk jasa bisa berkaitan dengan produk fisik atau sebaliknya.

a. Klasifikasi

Tujuh kriteria Evans dan Berman (1990) yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2006: 8), jasa dapat diklasifikasikan berdasarkan:

1) Segmen Pasar

Berdasarkan segmen pasar, jasa dapat dibedakan menjadi jasa kepada konsumen akhir (misal: taksi, asuransi jiwa dan pendidikan) dan jasa kepada konsumen organisasional (misal: jasa akuntansi, perpajakan, jasa konsultasi manajemen, dan jasa konsultasi hukum).

2) Tingkat Keberwujudan (*tangibility*)

Kriteria ini berhubungan dengan tingkat keterlibatan produk fisik dengan konsumen. Berdasarkan kriteria ini dibedakan menjadi 3 macam:

a) *Rented goods service*

Dalam jasa ini, konsumen menyewa dan menggunakan produk-produk tertentu berdasarkan tarif tertentu selama jangka waktu tertentu pula. Konsumen hanya dapat menggunakan produk tersebut, karena kepemilikannya tetap berada pada pihak perusahaan yang menyewakannya.

b) *Owned goods service*

Pada jasa ini, produk-produk yang dimiliki konsumen direparasi, dikembangkan atau ditingkatkan untuk kerjanya, atau dipelihara

oleh perusahaan jasa. Jenis jasa ini juga mencakup perubahan bentuk pada produk yang dimiliki konsumen.

c) *Non-goods service*

Karakteristik khusus pada jenis ini adalah jasa personal bersifat *intangible* (tidak berbentuk fisik) ditawarkan kepada para pelanggan. Contoh: sopir, dosen, pemandu wisata dan tutor.

3) Keterampilan penyedia jasa

Berdasarkan tingkat keterampilan penyedia jasa, jasa terdiri atas *professional service* (misal: konsultan, manajemen, konsultan, hokum, konsultan pajak, dokter) dan *non-professional service* (misal: sopir taksi dan penjaga malam). Pada jasa yang memerlukan keterampilan tertinggi dalam proses operasinya, pelanggan cenderung sangat selektif dalam memilih penyedia jasa.

4) Berdasarkan tujuan organisasi, jasa dibedakan menjadi *commercial service* atau *profit service* (misal: penerbangan, bank dan jasa parsel) dan *non-profit service* (misal: sekolah, yayasan dana bantuan, panti weda).

5) Regulasi

Dari aspek regulasi, jasa dapat dibagi menjadi *regulated service* (misal: angkutan umum, perbankan) dan *nonregulated service* (misal: makelar, catering, dan pengecatan rumah)

6) Tingkat intensitas karyawan

Berdasarkan tingkat intensitas karyawan (keterlibatan tenaga kerja) jasa dapat dikelompokkan menjadi dua macam, yaitu *equipment-based service* (misalnya cucian mobil otomatis, jasa sambungan telepon jarak jauh, ATM) dan *people-based service* (misal: pelatih bola, satpam, dan jasa akuntansi)

7) Tingkat kontak penyedia jasa dan pelanggan

Berdasarkan tingkat kontak ini, secara umum jasa dibagi menjadi *high-contact service* (seperti: universitas, bank, dokter) dan *low-contact service* (misalkan: bioskop).

b. Karakteristik Jasa

Ada empat karakteristik pokok pada jasa yang membedakannya dengan barang (Fandy Tjiptono, 2006: 15). Keempat karakteristik tersebut, yaitu:

1) *Intangibility* (tidak terwujud)

Jasa bersifat *intangible* adalah tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, dicium atau didengar sebelum dibeli. Menurut Berry dalam Enis dan Cox (1998) yang dikutip Fandy Tjiptono (2006: 15), konsep *intangible* memiliki dua pengertian, yaitu:

- a) Sesuatu yang tidak dapat disentuh dan tidak dapat dirasa.
- b) Suatu yang tidak mudah didefinisikan, diformulasikan atau dipahami secara rohaniah.

2) *Inseparability* (tidak terpisahkan)

Barang biasanya diproduksi, kemudian dijual, lalu dikomunikasi. sedangkan jasa biasanya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikomunikasikan secara bersamaan. Interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan merupakan ciri khusus dalam pemasaran jasa.

3) *Variability* (bervariasi)

Jasa bersifat variabel karena banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa kapan dan dimana jasa tersebut dihasilkan. Ada tiga faktor yang menyebabkan variabilitas kualitas jasa (Bovee, Houston dan Thill: 1995), yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2006: 17).

- a) Kerjasama atau partisipasi pelanggan selama penyampaian jasa.
- b) Moral atau motivasi karyawan dalam melayani pelanggan.
- c) Beban kerja perusahaan.

4) *Perishability* (mudah lenyap)

Jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Menurut Stanton, Etzel dan Walker (1991) yang dikutip Fandy Tjiptono (2006: 18) ada pengecualian dalam karakteristik *perishability* dan penyimpanan jasa. Dalam kasus tertentu jasa dapat disimpan dalam bentuk pemesanan (misalnya: reservasi tiket pesawat).

c. Kualitas Jasa

Kualitas jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Wyckof dalam Lovelock (1998) yang dikutip Fandy Tjiptono (2006: 59), kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Menurut Zeithmal dan Bitner (1996) yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2006: 70), lima dimensi yang menentukan jasa, yaitu:

- 1) Bukti langsung (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan pegawai dan jasa komunikasi
- 2) Keandalan (*reliabilitas*), yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
- 3) Daya Tanggap (*responsibility*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
- 4) Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan bersifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
- 5) Empati meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan.

d. Kualitas total suatu usaha

Menurut Fandy Tjiptono (2006: 60), kualitas total suatu jasa terdiri atas tiga komponen utama. antara lain:

- 1) *Technical Quality*, yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas *output* (keluaran) jasa yang diterima pelanggan. Menurut parasuraman dalam Bojanic (1991) yang dikutip Fandy Tjiptono (2006: 60), *technical quality* dapat diperinci menjadi:
 - a) *Search quality*, yaitu kualitas yang dapat dievaluasi pelanggan sebelum membeli, misalnya harga.
 - b) *Experience quality*, yaitu yang hanya bisa dievaluasi pelanggan setelah membeli atau mengkomunikasikan jasa. Misalnya ketepatan waktu.
 - c) *Credence quality*, yaitu kualitas yang sukar dievaluasi pelanggan meskipun telah mengkomunikasikan suatu jasa. Misalkan kualitas operasi jantung.
- 2) *Functional quality*, yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas cara penyampaian suatu jasa.
- 3) *Corporate Image*, yaitu profil, reputasi, citra umum dan daya tarik khusus suatu perusahaan.

4. Pengelolaan

Secara umum pengelolaan adalah kemampuan kerja untuk melakukan sesuatu dalam mencapai tujuan tertentu. Menurut Basu Swasta

(1990: 78), hal yang perlu dikoordinasikan agar perusahaan dapat melakukan tugas pemasaran seefektif mungkin sebagai berikut:

a. Pelayanan

Menurut Fandy Tjiptono (2006: 58), *service excellence* atau pelayanan yang unggul diartikan sebagai suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan secara memuaskan. Ada empat unsur pokok dalam konsep ini, yaitu: kecepatan, ketepatan, keramahan, dan kenyamanan.

Kepuasan sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumen dalam mendapatkan pelayanan dalam penggunaan suatu jasa, dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa pada dasarnya pelayanan bertujuan untuk menciptakan kepuasan konsumen sebagai pengguna jasa.

b. Fasilitas

Fasilitas adalah seperangkat alat atau hal yang dibutuhkan untuk memperlancar suatu kegiatan. Adapun kelengkapan fasilitas jasa lapangan futsal adalah area parkir yang luas, tempat ibadah, kantin, kamar mandi, ruang ganti, papan pengumuman dan loker tempat penitipan barang.

c. Harga

Menurut Basu Swasta (1990: 241), harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Konsep yang lain menunjukkan harga

adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang dinilai ditetapkan oleh pembeli dan penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli (Husein Umar, 2000: 32).

d. Lokasi

Dengan lokasi yang strategis dan representatif akan sangat membantu masyarakat calon konsumen mengenal keberadaan lokasi. Selain itu, lokasi mudah dijangkau dengan alat transportasi.

e. Promosi

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Menurut Basu Swasta (1990: 349), promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Promosi adalah semua jenis kegiatan yang ditujukan untuk mendorong permintaan.

f. Produk

Menurut Rambat Lupioyadi (2006: 70), produk merupakan keseluruhan konsep objek atau proses yang diberikan sejumlah nilai pada konsumen. Hal penting yang perlu diperhatikan dalam produk adalah konsumen tidak hanya membeli fisik dari produk itu saja tetapi membeli manfaat dan nilai dari produk tersebut. Basu Swasta (1990: 165), menyatakan bahwa, produk adalah suatu sifat kompleks baik

yang dapat diraba maupun tidak dapat diraba, termasuk bungkus, warna, harga, prestise perusahaan dan pengecer yang dapat diterima pembeli untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan. Jadi produk tidak hanya meliputi atribut fisik saja, tetapi juga mencakup sifat-sifat non-fisik.

B. Kajian Penelitian yang Relevan

1. Tingkat kepuasan anggota Klinik Kebugaran terhadap kualitas Jasa Pelayanan Klinik Kebugaran FIK UNY. Hasil penelitian Arif Budiarto (00611402). Hasil penelitiannya adalah tingkat kepuasan pada anggota Klinik Kebugaran FIK UNY adalah sebesar 73,94% yang berarti memuaskan dengan tingkat kepuasan tingkat faktor, yaitu: faktor *tangibles* sebesar 70,37% yang berarti memuaskan, faktor *empathy* sebesar 77,39% berarti sangat memuaskan, faktor *realibility* sebesar 74,17% yang berarti memuaskan, faktor *responsiveness* sebesar 70,78% yang berarti memuaskan, dan faktor *assurance* sebesar 76,98% yang berarti sangat memuaskan. Hasil penelitian yang berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa tingkat kepuasan anggota laki-laki sebesar 75,39% yang berarti memuaskan dengan tingkat kepuasan tiap faktor, yaitu: faktor *tangibles* sebesar 72,93% yang berarti memuaskan, faktor *empathy* sebesar 77,96% berarti sangat memuaskan, faktor *realibility* sebesar 76,75% yang berarti sangat memuaskan, faktor *responsiveness* sebesar 72,59% yang berarti memuaskan, dan faktor *assurance* sebesar 78,77 % yang berarti sangat

memuaskan. Untuk tingkat kepuasan anggota putri sebesar 71,30% yang berarti memuaskan dengan tingkat kepuasan tiap faktor, yaitu: faktor *tangibles* sebesar 68,75% yang berarti memuaskan, faktor *empathy* sebesar 76,42% berarti sangat memuaskan, faktor *reliability* sebesar 71,59% yang berarti memuaskan, faktor *responsiveness* sebesar 67,04% yang berarti memuaskan, dan faktor *assurance* sebesar 74,15% yang berarti memuaskan.

2. Tingkat Kepuasan Anggota Pusat Kebugaran Terhadap Kualitas Jasa Pelayanan di *D'Muscle mania XX Gym Fitness and aerobic Yogyakarta*. Hasil Penelitian Sigit Nugroho (036114033). Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa tingkat kepuasan yang diterima oleh anggota pusat kebugaran di *D'Muscle mania XX gym fitness and aerobic* adalah memuaskan dengan persentase sebesar 58,8%, tingkat kepuasan yang diterima oleh anggota pusat kebugaran laki-laki di *D'Muscle mania XX Gym fitness and aerobic* adalah memuaskan dengan persentase sebesar 61,25% dan tingkat kepuasan yang diterima oleh anggota pusat kebugaran perempuan di *D'Muscle XX Gym fitness and aerobic* adalah memuaskan dengan persentase sebesar 54,3%.

C. Kerangka Berpikir

Perusahaan jasa pasti bertujuan untuk mempertahankan pelanggan. Tujuan tersebut dapat diperoleh dengan cara mengetahui apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen. Konsumen merupakan pemakai produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan, sehingga adanya

konsumen sangat mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan. Pada saat ini, konsumen yang dihadapi adalah konsumen yang mempunyai kepekaan tinggi terhadap barang dan jasa yang dipakai, akan berpindah ke perusahaan jasa lain apabila tidak merasa puas. Sejauh mana sebuah pusat pelayanan jasa memperhatikan kualitas pelayanan akan selalu menjadi bahan evaluasi bagi konsumen sehingga mereka tertarik untuk datang. Pemberian pelayanan yang memuaskan adalah faktor yang penting sehingga konsumen tidak pindah ke jasa lapangan futsal lain. Pengelolaan yang baik terhadap tempat jasa olahraga sangat diperlukan dalam mempertahankan konsumen. Perusahaan tersebut yang akhirnya dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan.

Dewasa ini respon masyarakat terhadap olahraga futsal sangat besar. Bahkan futsal telah menjadi gaya hidup dan olahraga masyarakat pedesaan. Garuda Futsal merupakan salah satu pelayanan jasa tempat aktivitas jasmani atau rekreasi yang ada di Kabupaten Klaten. Letaknya yang strategis dan mudah dijangkau membuat jasa lapangan Garuda Futsal selalu dikunjungi oleh konsumen yang ingin mencari kebutuhan olahraga, mengisi waktu luang dan berekreasi. Persewaan lapangan futsal yang berada di Garuda Futsal tidak pernah sepi dari pengunjung. Tidak hanya itu fasilitas yang diberikan oleh Garuda Futsal juga cukup memadai dilihat dari kualitas gawang dan kualitas bola sudah cukup baik. Untuk fasilitas pendukungnya di Garuda Futsal juga terdapat kantin yang menyediakan berbagai minuman, tempat sholat, parkir yang luas, dan juga dilengkapi

dengan TV parabola. Dalam perkembangan dewasa ini semakin banyaknya pengusaha yang mendirikan lapangan futsal dan persaingan yang semakin ketat diantara usaha jasa persewaan lapangan futsal saat ini, maka kepuasan konsumen sesuai dengan tarif sewa yang sesuai dengan fasilitas yang baik menjadi prioritas utama. Pengelolaan yang sangat baik akan memberikan kepuasan kepada konsumennya. Tetapi dilihat dari banyaknya konsumen yang datang dan menggunakan jasa lapangan Garuda Futsal apakah konsumen sudah merasa puas terhadap pelayanan jasa pengelolaan Garuda Futsal ?

Dari permasalahan diatas maka peneliti merasa perlu untuk mengetahui seberapa tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan jasa pengelolaan Garuda Futsal dengan memberikan pernyataan dengan menggunakan kuisioner.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian tentang kepuasan konsumen terhadap jasa pengelolaan lapangan futsal merupakan penelitian deskriptif. Menurut Suharsimi Arikunto (1998: 245), penelitian deskriptif merupakan penelitian non-hipotesis sehingga dalam langkah penelitiannya tidak perlu merumuskan hipotesis. Penelitian ini menggunakan metode survei, teknik pengumpulan data menggunakan angket. Menurut Suharsimi Arikunto (2009: 234), bahwa survei merupakan suatu jenis penelitian yang banyak dilakukan oleh peneliti dalam bidang: Sosiologi, bisnis, politik, pemerintahan, dan pendidikan. Menurut Soehardi Sigit (1999: 152) dalam Ryo Septiyandi (2010: 30), bahwa penelitian survei biasanya digunakan dalam penelitian deskriptif menentukan dan melaporkan keadaan yang ada menurut kenyataannya, dengan mengukurnya. Penelitian ini berarti hanya untuk mengungkapkan apa adanya tentang kepuasan konsumen terhadap jasa pengelolaan di Garuda Futsal.

B. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Berdasarkan pada perumusan dan batasan masalah yang telah ditetapkan, maka variabel dalam penelitian ini adalah variabel tunggal. Penelitian ini variabel tunggalnya yaitu tingkat kepuasan pelanggan terhadap jasa pengelolaan lapangan Garuda Futsal di Kecamatan Bayat. Dari berbagai pernyataan yang disebutkan peneliti menyimpulkan bahwa kepuasan yaitu tingkat perasaan seseorang yang melakukan pembelian produk atau jasa untuk kebutuhan pribadinya setelah melakukan perbandingan antara kinerja produk

atau jasa yang diberikan atau yang didapatkan oleh pelanggan sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan yang menggunakan pelayanan jasa pengelolaan di Garuda Futsal dengan melihat bukti langsung (*tangibles*), keandalan (*reliabilitas*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurances*) dan Empati.

C. Populasi dan Sampel penelitian

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2003: 55). Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan futsal yang mengunjungi lapangan Garuda Futsal. Untuk pengunjung disetiap harinya berjumlah ± 150 pengunjung, jumlah tersebut termasuk pengunjung yang sudah memiliki *member* (memiliki jam tetap) dan pengunjung yang tidak *member*.

2. Sampel Penelitian

Sampel penelitian dalam penelitian ini adalah pelanggan Futsal di Garuda Futsal. Dalam penelitian ini teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel dengan teknik *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel sumber data yang didasarkan dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2003: 368).

Dalam penelitian ini peneliti akan memberikan angket kepada pelanggan futsal di Garuda Futsal yang sudah menjadi *member* (memiliki

jam yang tetap) karena pelanggan yang sudah member dianggap oleh peneliti sebagai orang yang sudah mengetahui kualitas jasa pengelolaan yang ada di Garuda Futsal karena sudah memiliki jam yang tetap dalam menggunakan jasa lapangan Garuda Futsal. Untuk pengunjung yang sudah member disetiap harinya berjumlah ± 100 orang. Menurut Suharsimi Arikunto (2006: 134), Apabila subyek kurang dari 100 lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Tetapi, jika subyeknya lebih dari 100 dapat diambil antara 10-15% atau 20-25% atau lebih. Peneliti memberikan angket kepada pelanggan setiap hari ada 10 angket yang disebarkan selama 1 minggu, jadi total angket yang disebar adalah 70 angket. Setelah angket terisi semua kemudian angket kembali diminta dari pelanggan.

D. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di lapangan Garuda Futsal yang beralamatkan di Desa Jambakan Kecamatan Bayat. Pengambilan data dilaksanakan pada tanggal 15 Februari- 10 Maret 2015. Subjek penelitian ini adalah konsumen jasa pengelolaan lapangan di Garuda Futsal selama bulan Februari-Maret yang berjumlah 70 orang.

E. Instrumen Penelitian

1. Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisioner yang berbentuk angket. Angket tersebut berisi butir-butir pertanyaan untuk diberi tanggapan oleh responden. Angket yang digunakan adalah angket

tertutup dimana responden cukup memilih jawaban yang disediakan dalam angket tersebut. Hal ini dilakukan karena peneliti hanya meneliti tingkat kepuasan pelanggan yang menggunakan jasa lapangan Garuda Futsal. Angket atau koefisioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden (Suharsimi Arikunto, 1998: 140). Angket yang digunakan dalam penelitian ini merupakan angket yang tertutup, angket tertutup yang sudah disediakan jawabannya sehingga responden tinggal memilih, dengan angket langsung dengan skala bertingkat. Skala bertingkat dalam angket ini menggunakan modifikasi skala *likert* dengan 4 pilihan sangat puas, puas, tidak puas, sangat tidak puas. Dalam angket ini disediakan empat alternatif jawaban untuk pertanyaan positif yaitu: sangat puas (SP) dengan skor 4, puas (P) dengan skor 3, tidak puas (TP) dengan skor 2, sangat tidak puas (STP) dengan skor 1.

Angket dalam penelitian ini menggunakan angket yang sudah diketahui validitas dan realibilitasnya yaitu dengan mengutip milik Ryo Septiyandi 2006, karena terdapat kesamaan karakteristiknya yaitu letaknya strategis dan bidang yang diteliti. Adapun besar validitas dan reliabilitasnya adalah sebagai berikut.

a. Uji Validitas

Validitas adalah ukuran tingkat kesahihan suatu instrumen. Menurut Suharsimi Arikunto (1998: 36), Suatu instrumen dikatakan valid apabila instrumen mampu mengukur apa yang diukur dan dapat mengungkapkan data variabel yang akan diteliti secara tepat. Analisis

kesahihan butir dilakukan faktor demi faktor. Koefisien kesahihan butir diperoleh dari korelasi antara skor butir dengan skor faktor.

Langkah pokok dalam analisis kesahihan butir menurut Sutrisno Hadi (1991: 22) sebagai berikut :

- 1) Menghitung skor faktor dari skor butir.
- 2) Menghitung korelasi momen tangkar.
- 3) Menghitung taraf signifikasi.
- 4) Menggugurkan butir-butir yang tidak sah.

Untuk menentukan tingkat validitas item, nilai koefisien korelasinya akan dibandingkan dengan nilai tabel dengan tingkat signifikan 5%.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

	Scale Mean if item deleted	Scale variance if item deleted	Corrected item-total correlation	Cronbach alpha if item deleted	Keterangan
VAR00001	108.5000	115.737	.149	.932	Gugur
VAR00002	108.4500	111.839	.461	.929	Valid
VAR00003	108.2000	110.905	.697	.927	Valid
VAR00004	108.3500	110.239	.766	.926	Valid
VAR00005	108.3000	106.958	.850	.924	Valid
VAR00006	108.6500	111.167	.361	.931	Gugur
VAR00007	108.3000	113.589	.500	.929	Valid
VAR00008	108.2500	110.513	.622	.927	Valid
VAR00009	108.1000	110.516	.668	.927	Valid
VAR00010	108.3000	109.800	.740	.926	Valid
VAR00011	108.1500	109.397	.662	.927	Valid
VAR00012	108.3000	113.800	.473	.929	Valid
VAR00013	108.1500	112.661	.476	.929	Valid
VAR00014	108.6000	118.147	-.071	.933	Gugur
VAR00015	108.4000	108.884	.796	.925	Valid
VAR00016	108.4500	106.471	.710	.926	Valid
VAR00017	108.4000	112.147	.638	.928	Valid
VAR00018	108.3500	110.134	.620	.927	Valid
VAR00019	108.4500	114.471	.440	.929	Valid
VAR00020	108.3500	108.555	.762	.926	Valid

VAR00021	108.5000	122.368	-.382	.938	Valid
VAR00022	108.3000	110.116	.582	.927	Valid
VAR00023	108.5000	108.789	.672	.926	Valid
VAR00024	108.2500	108.618	.673	.926	Valid
VAR00025	108.6000	121.516	-.498	.935	Valid
VAR00026	108.1500	110.766	.671	.927	Valid
VAR00027	108.1500	109.187	.583	.927	Valid
VAR00028	108.7000	114.116	.172	.933	Gugur
VAR00029	108.2500	111.039	.573	.928	Valid
VAR00030	108.2000	110.063	.629	.927	Valid
VAR00031	108.4000	111.200	.573	.928	Valid
VAR00032	108.4000	108.884	.796	.925	Valid
VAR00033	107.9500	109.103	.771	.926	Valid
VAR00034	108.2500	110.303	.537	.928	Valid
VAR00035	108.5500	114.892	.125	.934	Gugur
VAR00036	108.6000	103.726	.800	.924	Valid

Keterangan:

df = N-2

18 = 20-2

r tabel = 0,378

Jika *corrected item total correlation* < 0,378, maka butir pertanyaan dinyatakan gugur. Koefisien Validitas Total= 0,890, Koefisien realibilitas Total= 0,930

Berdasarkan tabel diatas, butir dikatakan valid apabila r hitung \geq r tabel (df=N-2) dari hasil validitas diperoleh sebanyak 5 butir dinyatakan gugur yaitu: 1, 6, 14, 28, 35. Dan diperoleh koefisien validitas sebesar 0,890. Demikian 31 butir pernyataan yang valid dapat dijadikan untuk penelitian selanjutnya (Ryo, 2010: 24).

b. Uji Reliabilitas

Syarat dari suatu instrumen yang baik adalah menurut keajegan atau stabilitas hasil pengamatan dengan instrumen (pengukuran). Uji Reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan *Alpha Cronbach* (Sutrisno Hadi, 1999: 56) dan dengan bantuan komputer program SPSS 16.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas menggunakan SPSS diperoleh koefisien sebesar 0,930.

Tabel 2. Kisi-kisi Angket (Ryo Septyandi, 2010: 23)

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Nomor Butir	Jumlah
Kepuasan Konsumen	<i>Tangibles</i>	– Alat dan fasilitas	1, 2, 3, 4, 5, 7, 8, 9	12
		– Hasil yang dirasakan	6, 10, 11, 12	
		– Penampilan karyawan		
	Empati	– Kemudahan	13, 14	4
		– Komunikasi	15, 16	
	<i>Realibility</i>	– Keajegan	17, 18	6
		– Kinerja dan profesionalisme staff dan karyawan	19, 20	
		– Perhatian dan pelayanan pada anggota	21, 22	
	<i>Responsivenes</i>	– Respon terhadap masukan kesulitan anggota	23, 28	5
		– Keramahan instruktur	25, 26, 27	
	<i>Assurance</i>	– Jaminan keamanan	24, 29	4
		– Jaminan	30, 31	

c. Uji Coba Instrumen

Sebelum angket penelitian digunakan dalam penelitian yang sesungguhnya, angket penelitian diuji coba terlebih dahulu. Uji coba instrument (dengan menggunakan angket) dilakukan untuk mengetahui instrumen yang disusun benar-benar berpengaruh terhadap benar tidaknya data dan sangat menentukan bermutu tidaknya hasil penelitian. Uji coba instrument diberikan kepada 20 pengunjung Garuda Futsal.

F. Teknik Analisis Data

1. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan futsal terhadap jasa pengelolaan di Garuda Futsal. Data yang diperoleh merupakan data kualitatif berupa butir-butir pernyataan dengan empat alternatif jawaban yang kemudian berwujud angka-angka hasil perhitungan atau pengukuran, proses dengan cara dijumlahkan, dibandingkan dengan jumlah yang diharapkan dan diperoleh persentase. Adapun skala dari jawaban pada angket sebagai berikut:

Tabel 3. Skor Penilaian Jawaban

No.	Jawaban	Skor
1.	Sangat Puas	4
2.	Puas	3
3.	Tidak Puas	2
4.	Sangat Tidak Puas	1

Keberhasilan suatu usaha jasa tempat olahraga dalam menuju ke arah yang lebih baik akan sangat dipengaruhi oleh hubungan baik antara

pengelola dengan konsumennya dalam hal pemberian kepuasan dan pelayanan yang baik terhadap konsumennya. Hasil penelitian inilah yang menunjukkan suatu bentuk keyakinan konsumen terhadap pelayan yang diberikan sebelum menggunakan jasa tersebut. Menurut Sutrisno Hadi (1999: 51), untuk menentukan kriteria skor menggunakan kriteria PAN (Patokan Acuan Norma). Dan untuk memperjelas sebaran data penelitian maka sebaran data juga disusun dalam distribusi frekuensi, untuk menyusun daftar distribusi frekuensi tersebut digunakan acuan norma tabel sebagai berikut:

Tabel 4. Daftar Distribusi Frekuensi

No.	Nilai	Kriteria
1.	$x > x \text{ Mean} + SD$	Tinggi
2.	$x \text{ Mean} - SD \leq x \leq x \text{ Mean} + SD$	Sedang / Cukup
3.	$x < x \text{ Mean} - SD$	Rendah

Keterangan :

x = Nilai

$x \text{ Mean}$ = x rata-rata

SD = Standard Deviasi

Menurut Sugiyono (2003: 89), memberikan formulasi atau rumus yang digunakan untuk klasifikasi pembagian skala *Likert* sebagai berikut:

$$P = f/N \times 100 \%$$

Keterangan :

P = Persentase

N = skor harapan idea

f = frekuensi / Jumlah

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Tingkat kepuasan konsumen terhadap jasa pengelolaan Garuda Futsal diukur dengan menggunakan angket yang berjumlah 31 butir pertanyaan dengan rentang skor 1-4, sehingga diperoleh rentang skor ideal antara 31-124. Untuk menentukan jumlah kelas interval digunakan rumus yaitu jumlah kelas = $1 + 3,3 \log n$, dimana $n = 70$ sehingga diperoleh banyak kelas $1 + 3,3 \log 70 = 6,87$ dibulatkan menjadi 7 kelas interval. Rentang data dihitung dengan rumus nilai maksimal – nilai minimal, sehingga diperoleh rentang data sebesar $115 - 68 = 47$. Sedangkan panjang kelas (rentang)/K = $(47)/7$ diperoleh 6,71 dibulatkan menjadi 7.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh nilai minimum = 68; nilai maksimum = 115; rata-rata (mean)= 93,61; modus sebesar = 95; standard deviasi = 9,28.

Deskripsi hasil penelitian tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 5. Deskripsi Hasil Penelitian Tingkat Kepuasan Secara Keseluruhan

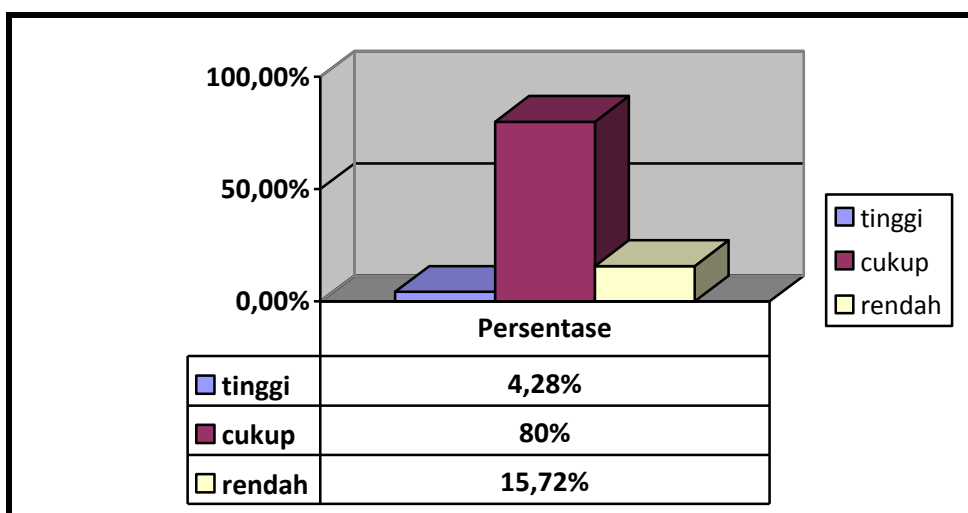
Interval	Frekuensi	%
110 – 116	4	5,71 %
103 – 109	6	8,57 %
96 – 102	15	21,42 %
89 – 95	28	40, %
82 – 88	9	12,85 %
75 – 81	6	8,57 %
68 – 74	2	2,85 %
Jumlah	70	100 %

Tabel 6. Persentase Hasil Penelitian Tingkat Kepuasan Secara Keseluruhan

No.	Interval	Kriteria	Frekuensi	%
1.	$x > 112,89$	Tinggi	3	4,28 %
2.	$84,33 \leq x \leq 112,89$	Cukup/Sedang	56	80 %
3.	$x < 84,33$	Rendah	11	15,72 %
Jumlah			70	100 %

Apabila ditampilkan dalam bentuk grafik dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Hasil Penelitian Tingkat Kepuasan Secara Keseluruhan



Gambar 1. Diagram Batang Tingkat Kepuasan Secara Keseluruhan

Berdasarkan tabel dan gambar di atas diketahui tingkat kepuasan pelanggan futsal terhadap pelayanan jasa pengelolaan Garuda Futsal yang berada pada kategori tinggi sebanyak 3 orang (4,28%), cukup sebanyak 56 orang (80%), rendah sebanyak 11 orang (15%).

Tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan jasa pengelolaan Garuda Futsal didasarkan pada faktor *tangibles*, empati, *reliabilitas*, *responsiveness* dan *assurance*. Deskripsi hasil penelitian masing-masing dapat diuraikan sebagai berikut.

1. Faktor Bukti Langsung (*Tangibles*)

Faktor *tangibles* diukur dengan angket yang berjumlah 12 butir pertanyaan dengan rentang skor 1-4, sehingga diperoleh rentang skor ideal antara 12-48. Indikator yang diukur pada faktor *tangibles* ini diantaranya adalah alat dan fasilitas, hasil yang dirasakan konsumen serta penampilan karyawan.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh nilai minimum = 20; nilai maksimum = 44; rata-rata = 35,40; modus besar = 35; *standard deviasi* = 4,355. Deskripsi hasil penelitian tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 7. Deskripsi Hasil Penelitian Faktor Bukti Langsung (*Tangibles*)

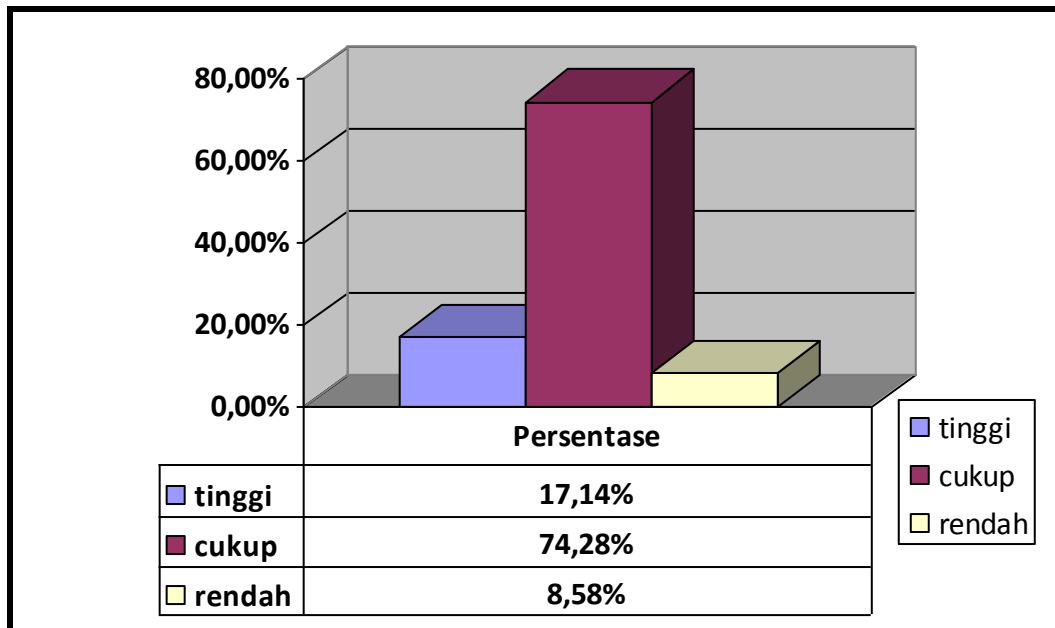
Interval	Frekuensi	%
44 – 47	2	2,85 %
40 – 43	10	14,28 %
36 – 39	24	34,28 %
32 – 35	24	34,28 %
28 – 31	5	7,14 %
24 – 27	3	4,28 %
20 – 23	2	2,85 %
Jumlah	70	100 %

Tabel 8. Persentase Hasil Penelitian Tingkat Kepuasan Faktor Bukti Langsung (*Tangibles*)

No.	Interval	Kriteria	Frekuensi	%
1.	$x > 39,75$	Tinggi	12	17,14 %
2.	$31,05 \leq x \leq 39,75$	Sedang	52	74,28%
3.	$x < 31,5$	Rendah	6	8,58%
Jumlah			70	100%

Apabila ditampilkan dalam bentuk grafik dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Tingkat Kepuasan Faktor Bukti Langsung (*Tangibles*)



Gambar 2. Diagram Batang tingkat kepuasan Faktor Bukti Langsung (*Tangibles*)

Berdasarkan tabel dan gambar diatas diketahui tingkat kepuasam konsumen terhadap pelayanan jasa pengelolaan Garuda Futsal berdasarkan faktor tangibles yang berada pada kategori tinggi.

2. Faktor Empati

Faktor empati diukur dengan angket yang berjumlah 4 butir pertanyaan dengan rentang skor 1-4, sehingga diperoleh rentang skor ideal antara 4-16. Indikator yang diukur pada faktor empati ini diantaranya adalah kemudahan serta komunikasi yang diberikan perusahaan kepada konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh nilai minimum = 7; nilai maksimum = 15; rata-rata (*mean*) = 12,60; median = 13; modus sebesar = 12; *standard deviasi* = 1,628. Deskripsi hasil penelitian tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 9. Deskripsi Hasil Penelitian Faktor Empati

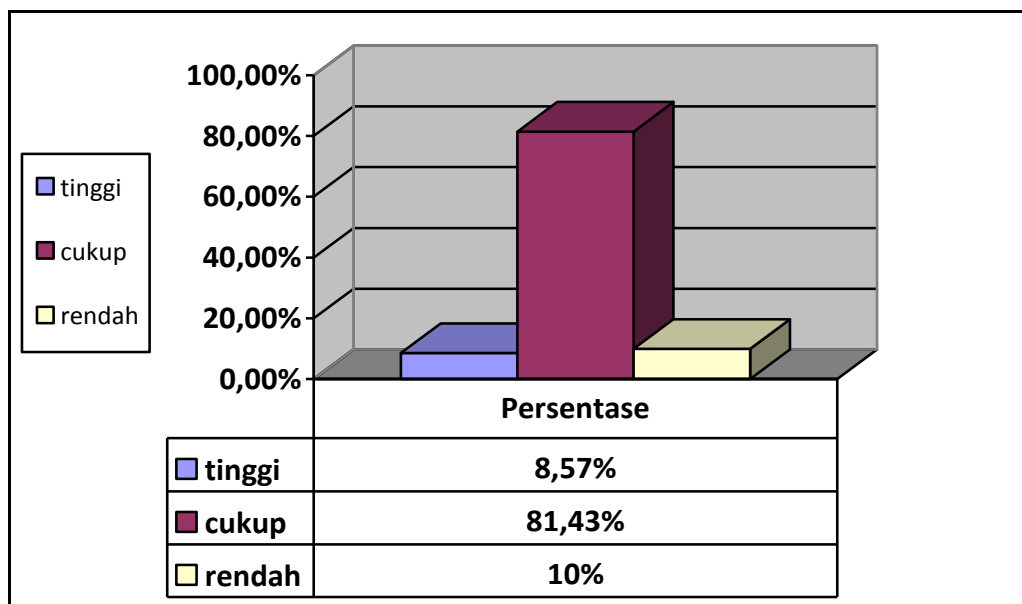
Interval	Frekuensi	%
19 – 20	0	0 %
17 – 18	0	0 %
15 – 16	6	8,57 %
13 – 14	34	48,57 %
11 – 12	23	32,85 %
9 – 10	5	7,14 %
7 – 8	2	2,85 %
Jumlah	70	100 %

Tabel 10. Persentase Hasil Penelitian Tingkat Kepuasan Faktor Empati

No.	Interval	Kriteria	Frekuensi	%
1.	$x > 14,22$	Tinggi	6	8,57 %
2.	$10,98 \leq x \leq 14,22$	Sedang	57	81,43 %
3.	$x < 10,98$	Rendah	7	10 %
Jumlah			70	100 %

Apabila ditampilkan dalam bentuk grafik dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Tingkat Kepuasan Faktor Empati



Gambar 3. Diagram Batang Tingkat Kepuasan Faktor Empati

Berdasarkan tabel dan gambar di atas diketahui tingkat kepuasan pelanggan futsal terhadap pelayanan jasa pengelolaan Garuda Futsal, yang berada pada kategori tinggi sebanyak 6 orang (8,57%), cukup sebanyak 57 orang (81,43%), rendah sebanyak 7 orang (10%).

3. Faktor Keandalan (*Reliabilitas*)

Faktor *reliabilitas* diukur dengan angket yang berjumlah 6 butir pertanyaan dengan rentang skor 1-4, sehingga diperoleh rentang skor ideal antara 6 – 24. Indikator yang diukur pada faktor *reliabilitas* ini diantaranya adalah keajegan, kinerja dan profesionalisme *staff* dan karyawan serta perhatian dan pelayanan pada anggota.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh nilai minimum = 13; nilai maksimum = 24; rata-rata (*mean*) = 18,31; *median* = 18,00; modus sebesar = 19; *standard deviasi* = 2,417. Deskripsi hasil penelitian tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 11. Deskripsi Hasil Penelitian Faktor Keandalan (*Reliabilitas*)

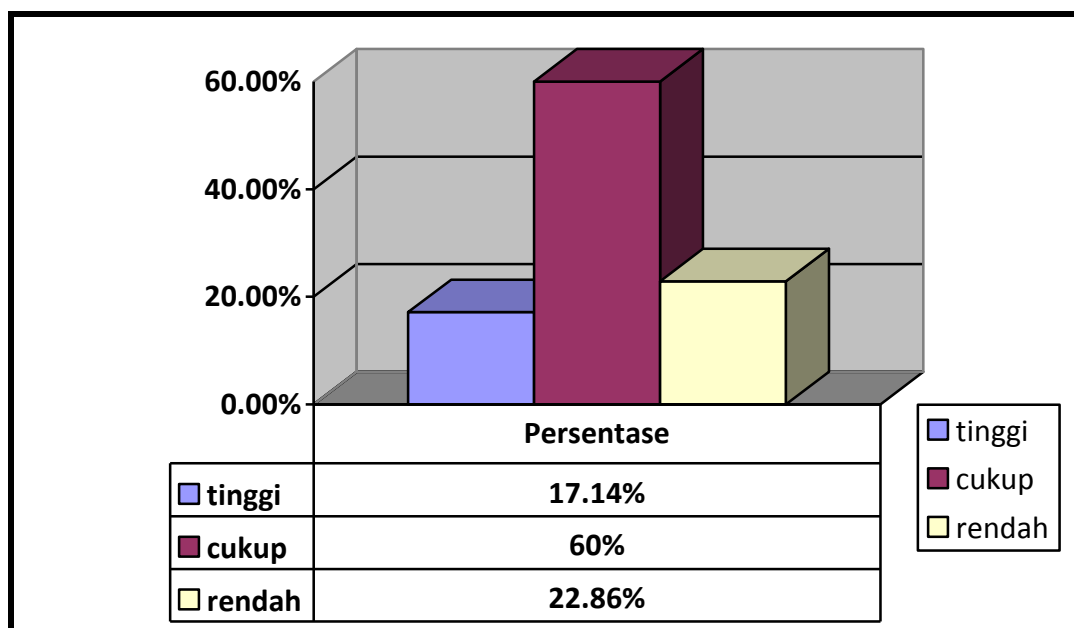
Interval	Frekuensi	%
25 – 26	0	%
23 – 24	5	7,14 %
21 – 22	7	10 %
19 – 20	20	28,57%
17 – 18	22	31,42 %
15 – 16	13	18,57 %
13 – 14	3	4,28 %
Jumlah	70	100

Tabel 12. Persentase Hasil Penelitian Tingkat Kepuasan Faktor Keandalan
(*Reliabilitas*)

No.	Interval	Kriteria	Frekuensi	%
1.	$X > 20,72$	Tinggi	12	17,14 %
2.	$15,9 \leq X \leq 20,72$	Sedang	42	60 %
3.	$X < 15,9$	Rendah	16	22,86 %
Jumlah			70	100%

Apabila ditampilkan dalam bentuk grafik dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Tingkat kepuasan Faktor Keandalan (*Reliabilitas*)



Gambar 4. Diagram Batang Tingkat Kepuasan Faktor Keandalan
(*Reliabilitas*)

Berdasarkan tabel dan gambar di atas diketahui tingkat kepuasan pelanggan futsal terhadap pelayanan jasa pengelolaan Garuda Futsal, yang berada pada kategori tinggi sebanyak 12 orang (17,14%), cukup sebanyak 42 orang (60%), rendah sebanyak 16 orang (22,86%).

4. Faktor Daya Tanggap (*responsiveness*)

Faktor *responsiveness* diukur dengan angket yang berjumlah 2 butir pertanyaan dengan rentang skor 1-4, sehingga diperoleh rentang skor ideal antara 2-8. Indikator yang diukur pada faktor *responsiveness* ini diantaranya respon terhadap masukan kesulitan anggota dan keramahan instruktur.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh nilai minimum = 11; nilai maksimum = 19; rata-rata = 15,33; *median* = 15,00; modus besar = 15; standard deviasi = 2,131 . Deskripsi hasil penelitian tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

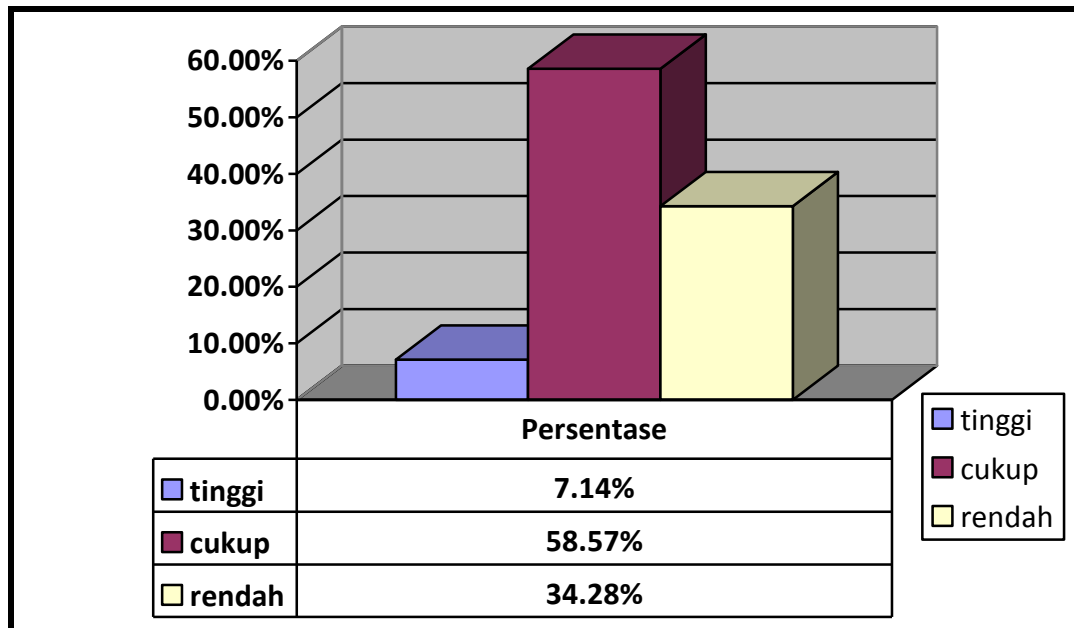
Tabel 13. Deskripsi Hasil Penelitian Faktor Daya Tanggap
(*Responsiveness*)

Interval	Frekuensi	%
23 – 24	0	0 %
21 – 22	0	0 %
19 – 20	5	7,14 %
17 – 18	15	21,42 %
15 – 16	26	37,14 %
13 – 14	18	25,71 %
11 – 12	6	8,57 %
Jumlah	70	100

Tabel 14. Persentase Hasil Penelitian Tingkat Kepuasan Faktor Daya Tanggap
(*Responsiveness*)

No	Interval	Kriteria	Frekuensi	%
1	$X > 17,46$	Tinggi	5	7,14 %
2	$13,2 \leq X \leq 17,46$	Sedang	41	58,57 %
3	$X < 13,2$	Rendah	24	34,28 %
Jumlah			70	100%

Apabila ditampilkan dalam bentuk grafik dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 5. Diagram Batang Tingkat Kepuasan Faktor Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Berdasarkan tabel dan gambar di atas diketahui tingkat kepuasan pelanggan futsal terhadap pelayanan jasa pengelolaan Garuda Futsal, yang berada pada kategori tinggi sebanyak 5 orang (7,14%), cukup sebanyak 41 orang (58,57%), rendah sebanyak 24 orang (34,82%).

5. Faktor Jaminan (*Assurance*)

Faktor *assurance* diukur dengan angket yang berjumlah 7 butir pertanyaan dengan rentang skor ideal antara 7-8. Indikator yang diukur pada faktor *assurance* ini diantaranya jaminan keamanan dan keselamatan yang diberikan perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh nilai minimum = 8; nilai maksimum = 16; rata-rata = 11,93; *median* = 12,00; modus besar = 12; *standard deviasi* = 1,84. Deskripsi hasil penelitian tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

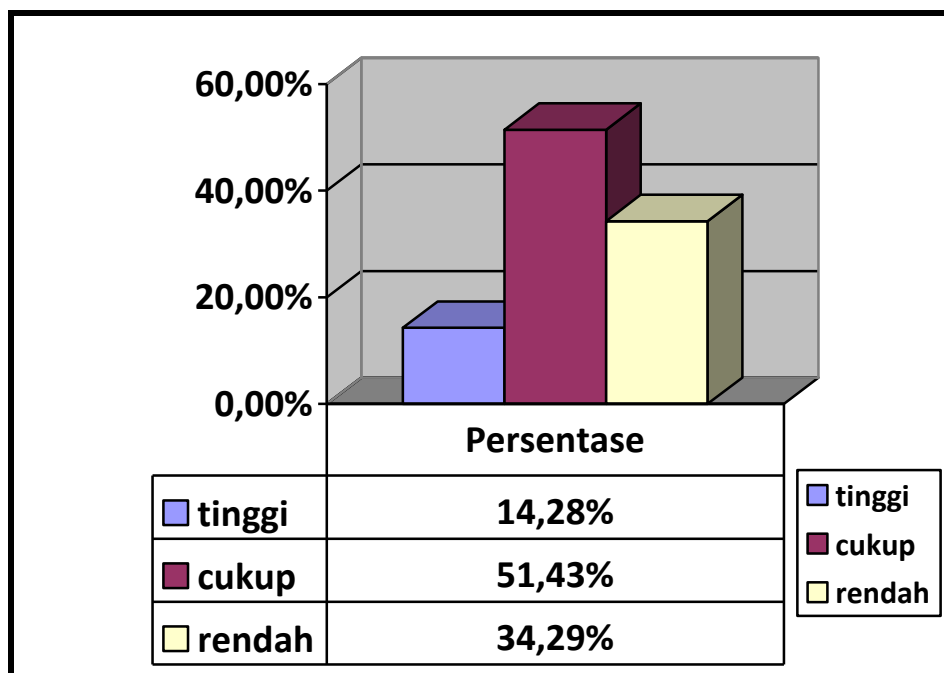
Tabel 15. Deskripsi Hasil Penelitian Faktor Jaminan (*Assurance*)

Interval	Frekuensi	%
20 – 21	0	0 %
18 – 19	0	0 %
16 – 17	2	2,85%
14 – 15	8	11,42 %
12 – 13	36	51,42 %
10 – 11	15	21,42 %
8 – 9	9	12,85 %
Jumlah	70	100 %

Tabel 16. Persentase Hasil Penelitian Tingkat Kepuasan Faktor Jaminan (*Assurance*)

No.	Interval	Kriteria	Frekuensi	%
1.	$X > 13,77$	Tinggi	10	14,28 %
2.	$10,09 \leq X \leq 13,77$	Sedang	36	51,43 %
3.	$X < 10,09$	Rendah	24	34,29 %
Jumlah			70	100%

Apabila ditampilkan dalam bentuk grafik dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 5. Diagram Batang Tingkat Kepuasan Faktor Jaminan (*assurance*)

Berdasarkan tabel dan gambar di atas diketahui tingkat kepuasan pelanggan futsal terhadap pelayanan jasa pengelolaan Garuda Futsal, yang berada pada kategori tinggi sebanyak 10 orang (14,28%), cukup sebanyak 36 orang (51,43%), rendah sebanyak 24 orang (34,29%).

B. Pembahasan

Tingkat kepuasan juga diharapkan bagi konsumen terhadap jasa pengelolaan lapangan Garuda Futsal. Berdasarkan hasil penelitian di atas diperoleh tingkat kepuasan pelanggan futsal terhadap jasa pengelolaan Garuda Futsal berada pada kategori cukup sebesar 80 %.

Hasil tersebut dapat diartikan layanan yang diberikan Garuda Futsal terhadap konsumen sudah cukup baik dan dapat diterima oleh sebagian besar konsumen. Kepuasan pelanggan terhadap pelayanan jasa

pengelolaan Garuda Futsal tersebut meliputi faktor *tangibles*, empati, *reliabilitas*, *responsiveness*, dan *assurance*.

1. Daya tanggap (*Tangibles*)

Faktor *tangibles* meliputi layanan fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi. Berdasarkan hasil penelitian di atas diperoleh tingkat kepuasan pelanggan futsal terhadap pelayanan jasa pengelolaan Garuda Futsal berdasarkan faktor *tangibles* berada pada kategori cukup baik 68%.

Hal tersebut diartikan layanan yang meliputi fasilitas, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi telah diberikan dengan cukup baik. Faktor *tangibles* dari Garuda Futsal dapat ditunjukkan dengan fasilitas yang ada lengkap dan memadai, perlengkapan yang baik dan sarana komunikasi yang mudah. Fasilitas dan perlengkapan yang memadai akan memberikan kepuasan yang tinggi bagi konsumen, dikarenakan dengan fasilitas yang baik konsumen akan cenderung merasa nyaman dan aman sehingga secara otomatis akan timbul kepuasan dari layanan jasa lapangan Garuda Futsal.

2. Empati

Faktor empati meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian di atas diketahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan jasa pengelolaan Garuda Futsal berdasarkan faktor empati berada pada kategori cukup sebesar 73,3 %.

Hasil tersebut diartikan adanya komunikasi dan hubungan yang cukup baik antara konsumen dengan pengelolaan Garuda Futsal. Dalam hal ini komunikasi akan menjadi sangat penting, dikarenakan hubungan dan komunikasi yang baik antara konsumen dan pengelola akan memberikan dampak yang baik untuk kepuasan pelanggan. Komunikasi menjadi jembatan antara pengelola dan konsumen, dengan demikian apa yang diharapkan oleh konsumen dapat diketahui serta layanan dari pengelola dapat tersampaikan. Selain itu dengan komunikasi yang baik, konsumen akan merasa dihargai dengan adanya komunikasi antar pelanggan dan pengelola, sehingga dari hal itu akan berdampak pada rasa senang pada konsumen dan timbul rasa kepuasan.

3. Keandalan (*Reliabilitas*)

Faktor *reliabilitas* meliputi kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. Berdasarkan hasil penelitian diatas diketahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan jasa pengelolaan Garuda Futsal berada pada kategori cukup sebesar 80%.

Hasil tersebut diartikan pengelola lapangan Garuda Futsal mampu memberika layanan yang cepat dan memuaskan, yaitu sesuai dengan kebutuhan konsumenyang diharapkan. Seseorang konsumen akan sangat meras puas jika mendapat layanan yang cepat dan akurat, sehingga dia akan merasa senang dan puas jika kebutuhannya dapat

disajikan dengan cepat, sebaliknya konsumen akan merasa bosan dan jenuh jika layanan yang diberikan terlalu lama.

4. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Faktor *responsiveness* merupakan keinginan para *staff* untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Berdasarkan hasil penelitian diatas diketahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan jasa pengelolaan Garuda Futsal berdasarkan faktor *responsiveness* berada pada kategori cukup sebesar 65,3%.

Hasil tersebut diartikan para *staff* pengelola Garuda Futsal cukup tanggap dalam memberikan layanan dapat menjadikan para konsumen senang dan betah sehingga meningkatkan kepuasan konsumen terhadap pelayanan dilapangan Garuda Futsal

5. Jaminan (*Assurance*)

Faktor *assurance* mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para *staff*, bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan. Berdasarkan hasil penelitian diatas diketahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan jasa pengelolaan Garuda Futsal berdasarkan faktor *assurance* berada pada kategori cukup sebesar 72%.

Hal tersebut dapat diartikan konsumen merasa cukup puas terhadap layanan *assurance* yang diberikan. Hal tersebut dikarenakan para *staff* mempunyai pengetahuan yang baik khususnya tentang

manajemen dalam pengelolaan lapangan Garuda Futsal, selain itu penampilan yang rapi dan sopan kan memberikan kesan yang baik serta kepercayaan terhadap *staff* membuat para konsumen merasa senang, sehingga dengan rasa senang tersebut kepuasan pun dapat meningkat.

Tingkat kepuasan pelanggan futsal terhadap pelayanan jasa pengelolaan berdasarkan faktor keandalan berada pada kategori cukup sebesar 80%, hal ini menunjukkan bahwa faktor keandalan berada pada persentase tertinggi daripada faktor faktor yang lain. Faktor keandalan merupakan kemampuan penyedia layanan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya. Pada indikator angket yang digunakan dalam penelitian faktor keandalan mempunyai indikator yaitu keajegan, kinerja dan profesionalisme staff dan karyawan, perhatian dan pelayanan pada anggota. Sedangkan pada faktor keandalan yang paling menonjol yaitu pada indikator keajegan yang tercantum dalam butir angket nomor 17 dan 18. Hal ini berarti bahwa jasa pelayanan yang dilakukan oleh Garuda Futsal sudah sepenuhnya menyediakan layanan jasa sesuai dengan yang dijanjikan atau terpercaya. Dan di Garuda Futsal sangat mengedepankan kesesuaian jadwal bermain dan kedisiplinan yang dimiliki staff, hal itu terbukti dengan hasil penelitian pada faktor *realibility* (keandalan) pada indikator keajegan dan tercantum pada butir nomor 17 dan 18.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat disimpulkan tingkat kepuasan pelanggan futsal terhadap pelayanan jasa pengelolaan Garuda Futsal adalah cukup atau konsumen sudah merasa puas dengan persentase kepuasan sebesar 80%. Hal yang menjadi faktor dalam tercapainya kepuasan tersebut antara lain faktor *tangibles* (bukti langsung), *reliabilitas* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), empati. Sehingga pemilik futsal Garuda Futsal harus memperhatikan faktor-faktor tersebut untuk dapat lebih meningkatkan kepuasan pelanggannya.

B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan di atas, hasil penelitian ini mempunyai implikasi yaitu:

1. Berdasarkan hasil penelitian tingkat kepuasan pelanggan futsal terhadap pelayanan jasa pengelolaan Garuda Futsal menunjukkan klasifikasi setiap indikator yang cukup baik, hal ini menjadi referensi dan masukan yang bermanfaat bagi pengelolaan lapangan Garuda Futsal untuk meningkatkan layanannya agar kepuasan konsumen dapat ditingkatkan.
2. Sebagai kajian pengembangan ilmu keolahragaan kedepannya sesuai dengan hasil penelitian yang diperoleh.

C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah dilakukan dengan sebaik-baiknya, tetapi masih memiliki keterbatasan dan kekurangan, diantaranya:

1. Instrumen yang digunakan berupa angket tertutup sehingga dalam proses penelitian peneliti tidak mengontrol kesungguhan tiap responden dalam mengisi angket, yaitu kejujuran responden dalam mengisi angket. Selain itu dalam pengisian angket diperoleh adanya sifat responden sendiri seperti kejujuran dan ketakutan dalam menjawab responden tersebut dengan sebenarnya. Mereka juga dalam memberikan jawaban tidak berfikir jernih (hanya asal selesai dan cepat) karena faktor waktu dan kegiatan.
2. Peneliti tidak mengontrol latar belakang akademik dan kondisi responden baik secara fisik maupun psikologis, apakah responden dalam keadaan baik atau tidak.
3. Ujicoba penelitian yang dilakukan tidak pada sampel penelitian.

D. Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian diatas, saran yang dapat disampaikan yaitu:

1. Bagi pengelola lapangan Garuda Futsal agar meningkatkan layanan sudah baik, dan mengubah layanan yang sekiranya masih kurang memberikan kepuasan bagi konsumen
2. Bagi peneliti selanjutnya hendaknya digunakan populasi yang lebih luas, sehingga tingkat kepuasan konsumen terhadap pengelolaan Garuda Futsal

dapat teridentifikasi secara luas, bahkan tidak hanya di lapangan Garuda
Fusal.

DAFTAR PUSTAKA:

- Agus Susworo D, M, dkk. (2008). *Penyusunan Tes Ketrampilan Dasar Bermain Futsal*. Tesis, Yogyakarta: FIK UNY
- Arif Budiarto (2005). Tingkat Kepuasan Anggota Klinik Kebugaran Terhadap Kualitas Jasa Pelayanan Klinik Kebugaran Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta. *Skripsi*. FIK UNY
- Badan Futsal Nasional, (2006). *Materi sosialisasi Futsal*. Yogyakarta: BFN PSSI
- Basu Swasta & Irawan. (1990). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty
- Fandy Tjiptono, (2000). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Justinus Lhaksana. (2006). *Materi Coaching Clinic Mizone*. Jakarta: Difamata Sport EO.
- Hendra Teguh. (1997). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, Philip and Garry Armstrong: damos Sihombing. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Rambat Lupiyoadi. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat
- Ryo Septiyandi.(2010). Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Jasa Pengelolaan 5 G Ball Futsal Di Kabupaten Sleman. *Skripsi*. FIK UNY
- Sugiyono. (2003). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: CV. Alfabeta
- Suharsimi Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sutrisno Hadi. (1991). *Statistik Deskriptif*. Jakarta : Bumi Aksara.

L A M P I R A N

Lampiran 1. Surat Izin Penelitian dari Fakultas



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN
Alamat : Jl. Kolombo No.1 Yogyakarta, Telp.(0274) 513092 psw 255

Nomor : 030/UN.34.16/PP/2015
Lamp. : 1 Eks.
Hal : Permohonan Izin Penelitian

22 Januari 2015

Yth. : Pengelola Garuda Futsal

Dengan hormat, disampaikan bahwa untuk keperluan penelitian dalam rangka penulisan tugas akhir skripsi, kami mohon berkenan Bapak/Ibu/Saudara untuk memberikan ijin penelitian bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta :

Nama : Agus Eko Prasetyo
NIM : 11601244039
Program Studi : Pendidikan Jasman Kesehatan dan Rekereasi (PJKR)

Penelitian akan dilaksanakan pada :

Waktu : Januari s.d Maret 2015
Tempat/obyek : Garuda Futsal
Judul Skripsi : Tingkat Kepuasan Pelanggan Futsal Terhadap Pelayanan Jasa Pengelolaan Garuda Futsal

Demikian surat ijin penelitian ini dibuat agar yang berkepentingan maklum, serta dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.



Dekan,
Drs. Rumpis Agus Sudarko, M.S.
NIP. 19600824 198601 1 001

Tembusan :
1. Kaprodi PJKR
2. Pembimbing TAS
3. Mahasiswa ybs.

Lampiran 2. Surat Izin penelitian Dari Garuda Futsal

Lampiran 2

Kepada

Yth. Dosen Pembimbing

Di Tempat

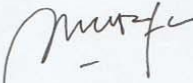
Dengan hormat,

Sehubungan dengan adanya surat izin penelitian dalam rangka Penulisan Tugas Akhir Skripsi dengan judul “Tingkat Kepuasan Pelanggan Futsal Terhadap Pelayanan Jasa Pengelolaan Garuda Futsal”, maka saya pemilik Garuda Futsal memberikan izin penelitian kepada:

Nama : Agus Eko Prasetyo
NIM : 11601244039
Prodi : PJKR
Fakultas : Ilmu Keolahragaan UNY
No. Telp. : 085640451305

Untuk melakukan penelitian di Garuda Futsal. Demikian surat izin penelitian ini saya berikan. Atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

Klaten, Februari 2015
Pemilik Garuda Futsal


Waluyo

Lampiran 3. Surat Bukti Penelitian

Lampiran 3

GARUDA FUTSAL

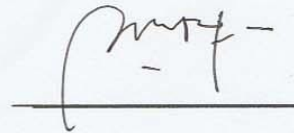
SURAT KETERANGAN

Dengan hormat, bersama ini kami menerangkan bahwa:

Nama : Agus Eko Prasetyo
NIM : 11601244039
Fakultas : Ilmu Keolahragaan UNY
Prodi : Pendidikan Jasmani Kesehatan dan Rekreasi (PJKR)

Telah melakukan penelitian dan pengambilan data dengan judul skripsi “Tingkat Kepuasan Pelanggan Futsal Terhadap Pelayanan Jasa Pengelolaan Garuda Futsal”. Penelitian dilakukan di Garuda Futsal pada bulan Februari sampai dengan bulan Maret, dengan sampel penelitian adalah pelanggan yang datang di Garuda Futsal. Demikian surat keterangan ini dibuat agar yang berkepentingan maklum, serta dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Klaten, Maret 2015
Manajer,
Garuda Futsal



Lampiran 4. Data Penelitian

Lampiran 5 . Rumus Perhitungan Kategorisasi

Rumus Perhitungan Kategorisasi

Faktor Kepuasan Pelanggan Secara keseluruhan

X = Data

x Mean = 93,61

Sdi = 9,28

Tinggi = $x > x \text{ Mean} + Sdi$

Cukup/ Sedang = $x \text{ Mean} - Sdi \leq x \leq x \text{ Mean} + Sdi$

Rendah = $x < x \text{ Mean} - Sdi$

Kategori :

Tinggi = $x > 112,89$

Cukup/ Sedang = $84,33 \leq x \leq 112,89$

Rendah = $x < 84,33$

No.	Interval	Kriteria	Frekuensi	%
1.	$x > 112,89$	Tinggi	3	4,28 %
2.	$84,33 \leq x \leq 112,89$	Cukup/Sedang	56	80 %
3.	$x < 84,33$	Rendah	11	15,72 %
Jumlah			70	100 %

Faktor *Tangibles*

X = Data
 \bar{x} Mean = 35,40
 Sdi = 4,355

Tinggi = $x > \bar{x} \text{ Mean} + \text{Sdi}$
 Cukup/ Sedang = $\bar{x} \text{ Mean} - \text{Sdi} \leq x \leq \bar{x} \text{ Mean} + \text{Sdi}$
 Rendah = $x < \bar{x} \text{ Mean} - \text{Sdi}$

Kategori :

Tinggi = $x > 39,75$
 Cukup/ Sedang = $31,05 \leq x \leq 39,75$
 Rendah = $x < 31,50$

No.	Interval	Kriteria	Frekuensi	%
1.	$x > 39,75$	Tinggi	12	17,14 %
2.	$31,05 \leq x \leq 39,75$	Sedang	52	74,28%
3.	$x < 31,5$	Rendah	6	8,58%
Jumlah			70	100%

Faktor *Empati*

X = Data
 \bar{x} Mean = 12,60
 Sdi = 1,628

Tinggi = $x > \bar{x} \text{ Mean} + \text{Sdi}$
 Cukup/ Sedang = $\bar{x} \text{ Mean} - \text{Sdi} \leq x \leq \bar{x} \text{ Mean} + \text{Sdi}$
 Rendah = $x < \bar{x} \text{ Mean} - \text{Sdi}$

Kategori :

Tinggi = $x > 14,22$
 Cukup/ Sedang = $10,98 \leq x \leq 14,22$
 Rendah = $x < 10,98$

No.	Interval	Kriteria	Frekuensi	%
1.	$x > 14,22$	Tinggi	6	8,57 %
2.	$10,98 \leq x \leq 14,22$	Sedang	57	81,43 %
3.	$x < 10,98$	Rendah	7	10 %
Jumlah			70	100 %

Faktor *Reliabilitas*

X = Data
 \bar{x} Mean = 18,31
 Sdi = 2,417

Tinggi = $x > \bar{x} \text{ Mean} + \text{Sdi}$
 Cukup/ Sedang = $\bar{x} \text{ Mean} - \text{Sdi} \leq x \leq \bar{x} \text{ Mean} + \text{Sdi}$
 Rendah = $x < \bar{x} \text{ Mean} - \text{Sdi}$

Kategori :

Tinggi = $x > 20,72$
 Cukup/ Sedang = $15,90 \leq x \leq 20,72$
 Rendah = $x < 15,90$

No.	Interval	Kriteria	Frekuensi	%
1.	$X > 20,72$	Tinggi	12	17,14 %
2.	$15,9 \leq X \leq 20,72$	Sedang	42	60 %
3.	$X < 15,9$	Rendah	16	22,86 %
Jumlah			70	100%

Faktor Responsiveness

X = Data
 \bar{x} Mean = 15,33
 Sdi = 2,131

Tinggi = $x > \bar{x} \text{ Mean} + \text{Sdi}$
 Cukup/ Sedang = $\bar{x} \text{ Mean} - \text{Sdi} \leq x \leq \bar{x} \text{ Mean} + \text{Sdi}$
 Rendah = $x < \bar{x} \text{ Mean} - \text{Sdi}$

Kategori :

Tinggi = $x > 17,46$
 Cukup/ Sedang = $13,20 \leq x \leq 17,46$
 Rendah = $x < 13,20$

No	Interval	Kriteria	Frekuensi	%
1	$X > 17,46$	Tinggi	5	7,14 %
2	$13,2 \leq X \leq 17,46$	Sedang	41	58,57 %
3	$X < 13,2$	Rendah	24	34,28 %
Jumlah			70	100%

Faktor Assurance

X = Data
 \bar{x} Mean = 11,93
 Sdi = 1,840

Tinggi = $x > \bar{x} \text{ Mean} + \text{Sdi}$
 Cukup/ Sedang = $\bar{x} \text{ Mean} - \text{Sdi} \leq x \leq \bar{x} \text{ Mean} + \text{Sdi}$
 Rendah = $x < \bar{x} \text{ Mean} - \text{Sdi}$

Kategori :

Tinggi = $x > 13,77$
 Cukup/ Sedang = $10,09 \leq x \leq 13,77$
 Rendah = $x < 10,09$

No.	Interval	Kriteria	Frekuensi	%
1.	$X > 13,77$	Tinggi	10	14,28 %
2.	$10,09 \leq X \leq 13,77$	Sedang	36	51,43 %
3.	$X < 10,09$	Rendah	24	34,29 %
Jumlah			70	100%

Lampiran 6. Statistik Deskriptif

Frekuensi secara keseluruhan

	Kepuasan secara keseluruhan	Faktor Tangibles	Faktor Empati	Faktor Reliabilitas	Faktor Responsiveness	Faktor Assurance
Valid	70	70	70	70	70	70
Missing	0	0	0	0	0	0
Mean	93,61	35,40	12,60	18,31	15,31	11,93
Median	94,00	36,00	13,00	18,00	15,00	12,00
Mode	95	35	12	19	15	12
Sdi.	9,280	4,335	1,628	2,417	2,131	1,840
Min	68	20	7	13	11	8
Max	115	44	15	24	19	16

Statistik Secara Keseluruhan

Statistics

Jumlah

N	Valid	70
	Missing	0
Mean		93.61
Median		94.00
Mode		95
Std. Deviation		9.280

Jumlah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	68	1	1.4	1.4	1.4
	73	1	1.4	1.4	2.9
	76	2	2.9	2.9	5.7
	79	2	2.9	2.9	8.6
	80	1	1.4	1.4	10.0
	81	1	1.4	1.4	11.4
	82	1	1.4	1.4	12.9
	84	2	2.9	2.9	15.7
	85	1	1.4	1.4	17.1
	88	5	7.1	7.1	24.3
	90	3	4.3	4.3	28.6
	91	3	4.3	4.3	32.9
	92	4	5.7	5.7	38.6
	93	6	8.6	8.6	47.1
	94	4	5.7	5.7	52.9
	95	8	11.4	11.4	64.3
	96	2	2.9	2.9	67.1
	97	5	7.1	7.1	74.3
	98	3	4.3	4.3	78.6
	99	1	1.4	1.4	80.0
	100	3	4.3	4.3	84.3
	102	1	1.4	1.4	85.7
	103	1	1.4	1.4	87.1
	106	3	4.3	4.3	91.4
	107	1	1.4	1.4	92.9
	109	1	1.4	1.4	94.3
	110	1	1.4	1.4	95.7
	113	1	1.4	1.4	97.1
	114	1	1.4	1.4	98.6
	115	1	1.4	1.4	100.0
Total		70	100.0	100.0	

Statistik Faktor *Tangibles*

Statistics

jumlah

N	Valid	70
	Missing	0
Mean		35.40
Median		36.00
Mode		35 ^a
Std. Deviation		4.355
Sum		2478

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

jumlah

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 20	1	1.4	1.4	1.4
23	1	1.4	1.4	2.9
27	2	2.9	2.9	5.7
29	1	1.4	1.4	7.1
30	1	1.4	1.4	8.6
31	4	5.7	5.7	14.3
32	4	5.7	5.7	20.0
33	5	7.1	7.1	27.1
34	6	8.6	8.6	35.7
35	9	12.9	12.9	48.6
36	9	12.9	12.9	61.4
37	6	8.6	8.6	70.0
38	7	10.0	10.0	80.0
39	2	2.9	2.9	82.9
40	5	7.1	7.1	90.0
41	3	4.3	4.3	94.3
42	1	1.4	1.4	95.7
43	1	1.4	1.4	97.1
44	2	2.9	2.9	100.0
Total	70	100.0	100.0	

Statistik Faktor *Empati*

▼ Frequencies

[DataSet0]

Statistics

jumlah

N	Valid	70
	Missing	0
Mean		12.60
Median		13.00
Mode		12 ^a
Std. Deviation		1.628
Sum		882

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

jumlah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	7	1	1.4	1.4	1.4
	8	1	1.4	1.4	2.9
	9	2	2.9	2.9	5.7
	10	3	4.3	4.3	10.0
	11	4	5.7	5.7	15.7
	12	19	27.1	27.1	42.9
	13	19	27.1	27.1	70.0
	14	15	21.4	21.4	91.4
	15	6	8.6	8.6	100.0
Total		70	100.0	100.0	

Statistik Faktor *Reliabilitas*

➤ Frequencies

[DataSet1]

Statistics

jumlah

N	Valid	70
	Missing	0
Mean		18.31
Median		18.00
Mode		19
Std. Deviation		2.417

jumlah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	13	2	2.9	2.9	2.9
	14	1	1.4	1.4	4.3
	15	5	7.1	7.1	11.4
	16	8	11.4	11.4	22.9
	17	9	12.9	12.9	35.7
	18	13	18.6	18.6	54.3
	19	14	20.0	20.0	74.3
	20	6	8.6	8.6	82.9
	21	4	5.7	5.7	88.6
	22	3	4.3	4.3	92.9
	23	4	5.7	5.7	98.6
	24	1	1.4	1.4	100.0
Total		70	100.0	100.0	

Statistik Faktor *Responsiveness*

→ Frequencies

[DataSet0]

Statistics

jumlah

N	Valid	70
	Missing	0
Mean		15.33
Median		15.00
Mode		15
Std. Deviation		2.131

jumlah

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 10	1	1.4	1.4	1.4
11	2	2.9	2.9	4.3
12	3	4.3	4.3	8.6
13	5	7.1	7.1	15.7
14	14	20.0	20.0	35.7
15	17	24.3	24.3	60.0
16	8	11.4	11.4	71.4
17	4	5.7	5.7	77.1
18	11	15.7	15.7	92.9
19	5	7.1	7.1	100.0
Total	70	100.0	100.0	

Statistik Faktor Assurance

→ Frequencies

[DataSet3]

Statistics

jumlah

N	Valid	70
	Missing	0
Mean		11.93
Median		12.00
Mode		12
Std. Deviation		1.844
Sum		835

jumlah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	8	4	5.7	5.7	5.7
	9	5	7.1	7.1	12.9
	10	4	5.7	5.7	18.6
	11	10	14.3	14.3	32.9
	12	21	30.0	30.0	62.9
	13	16	22.9	22.9	85.7
	14	4	5.7	5.7	91.4
	15	4	5.7	5.7	97.1
	16	2	2.9	2.9	100.0
Total		70	100.0	100.0	

Lampiran 7. Dokumentasi



Keterangan: Lapangan Futsal Garuda Futsal



Keterangan: Pemilik Garuda Futsal sedang menandatangani surat bukti penelitian.



Keterangan: Pengunjung sedang mengisi angket penelitian



Keterangan: Pelanggan futsal yang sudah member sedang mengisi angket yang diberikan oleh peneliti



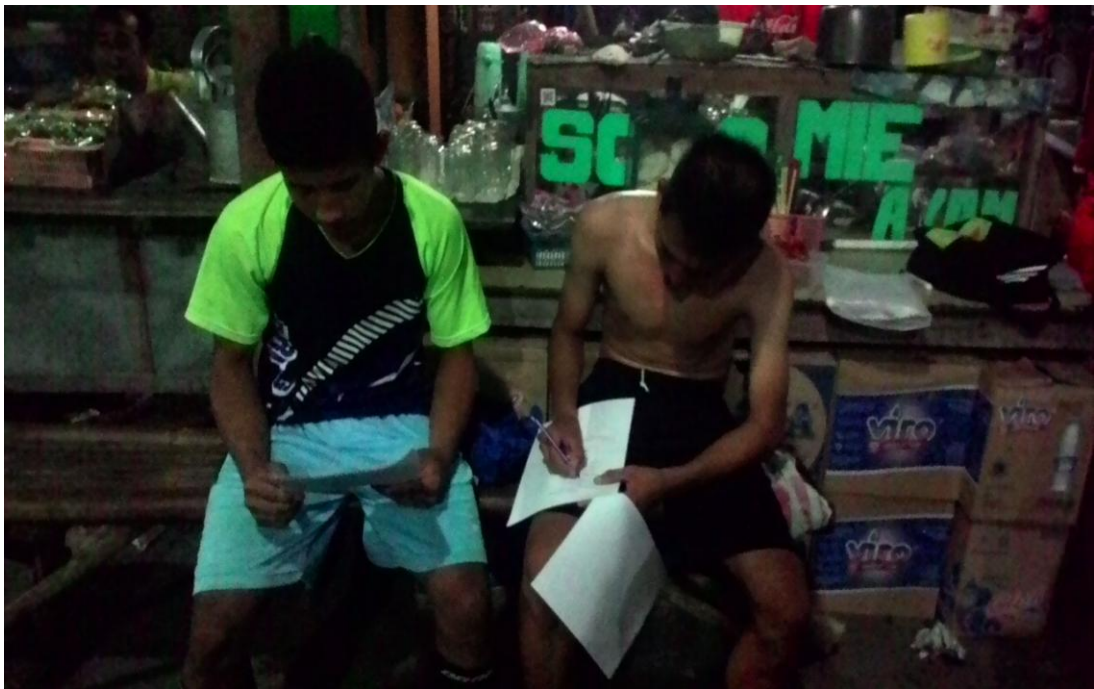
Keterangan: Pelanggan futsal sedang mengisi angket penelitian



Keterangan: Setelah bertanding pelanggan futsal diberi angket penelitian oleh peneliti untuk diisi.



Keterangan: Pelanggan futsal sedang mengisi angket penelitian



Keterangan: Pelanggan futsal sedang mengisi angket penelitian



Keterangan: pelanggan futsal sedang mengisi angket penelitian



Keterangan: pelanggan futsal sedang mengisi angket penelitian